Revista del

# Consumidor

Estudio de Calidad de

## COMPUTADORAS

**portátiles, ultraportátiles y de escritorio "todo en uno"**

*Y las*
**5 EMPRESAS INMOBILIARIAS**
*con más quejas son...*
*> sig. página*

EL LABORATORIO PROFECO REPORTA

## Golosinas sin azúcar

¿De verdad cumplen lo que prometen?

ENTRE BITS Y BYTES

### Cuida tus datos móviles

Ahorra dinero y mejora el desempeño de tu teléfono inteligente

MANOS A LA OBRA

### Zinacantán

Mosaico de textiles y riqueza cultural chiapaneca

**AGOSTO DE 2016**
**Núm. 474 $28**
ISSN 0185-8874
*Exhibir hasta el 31 de agosto de 2016*

00474
7 503021 754318

Come sano, variado y suficiente ■ Platillo Sabio Profeco

# ¡BLOQUEA LAS LLAMADAS PUBLICITARIAS!

Registra tu número fijo o celular llamando al

**9628 0000**
desde las ciudades de Guadalajara, México, Monterrey y sus áreas metropolitanas

**01800 962 8000**
desde cualquier otro lugar de México

**http://repep.profeco.gob.mx**
en línea

En 60 segundos evitarás que empresas de los sectores Comercial, Telecomunicaciones o Turístico te llamen con mensajes comerciales o usen tu información con fines mercadotécnicos o publicitarios.

Los proveedores y empresas tendrán hasta 30 días a partir de tu inscripción para dejar de llamarte. Si después de ese momento continúan las llamadas, denúncialas al Teléfono del Consumidor:
**5568 8722 - 01800 468 8722**

Si requieres más información sobre el
**Registro Público para Evitar Publicidad**
visita **http://repep.profeco.gob.mx**

REGISTRO PÚBLICO PARA EVITAR PUBLICIDAD

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

# Las 5 empresas del sector inmobiliario con más quejas son:

| Proveedor | Quejas* | % de conciliación | Principales motivos de reclamación |
|---|---|---|---|
| **CORPORACIÓN GEO**<br>Geo Baja California, SA de CV<br>Geo Casas del Bajío, SA de CV<br>Geo Edificaciones, SA de CV<br>Geo Guerrero, SA de CV<br>Geo Hogares Ideales, SA de CV<br>Geo Jalisco, SA de CV<br>Geo Laguna, SA de CV<br>Geo Morelos, SA de CV<br>Geo Noreste, SA de CV<br>Geo Puebla, SA de CV<br>Geo Tamaulipas, SA de CV<br>Geo Veracruz, SA de CV | 148 | 20% | **Negativa a:**<br>1. La entrega del producto o servicio<br>2. La devolución de depósito<br>3. Hacer efectiva la garantía |
| **ARA**<br>Consorcio de Ingeniería Integral, SA de CV<br>Constructora y Urbanizadora Ara, SA de CV | 117 | 74% | 1. Negativa a hacer efectiva la garantía<br>2. Negativa a la entrega del producto o servicio<br>3. Defectos de fabricación |
| **RUBA DESARROLLOS**<br>Ruba Desarrollos, SA de CV | 106 | 57% | 1. Negativa a la entrega del producto o servicio<br>2. Descripción o información no clara del producto o servicio<br>3. Negativa a hacer efectiva la garantía |
| **COMEBI**<br>Comebi de México, SA de CV<br>Comebi del Centro, SA de CV<br>Comebi Nacional, SA de CV | 47 | 89% | **Negativa a:**<br>1. La devolución de depósito<br>2. Hacer efectiva la garantía<br>3. Cambio o devolución |
| **CASAS JAVER**<br>Casas Javer, SA de CV | 44 | 69% | 1. Negativa a la entrega del producto o servicio<br>2. Negativa a hacer efectiva la garantía<br>3. Deficiencia en la reparación |

*Cifras de abril 2015 a marzo 2016

Para conocer más detalles, consulta nuestra página de **datos abiertos**: datos.profeco.gob.mx

Si tienes alguna duda o fuiste víctima del abuso de alguna empresa del sector inmobiliario, podemos ayudarte. Accede a **www.telefonodelconsumidor.gob.mx** o llama al 5568 8722 - 01800 468 8722 para recibir asesoría.

SE
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

## CONTENIDO

**4** | *Léxico consumidor*
**El mundo de las PC está lleno de nombres y términos que repetimos, pero no comprendemos**

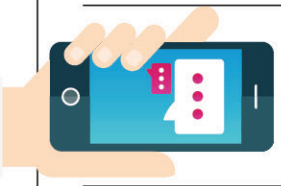
**6** | *Qué hacer si...*
**En tu tienda favorita se niegan a respetar el precio de etiqueta o anaquel**

**8** | *Guía de compra*
**Si quieres internet en casa, checa estos datos**

**10** | *De temporada*
**Enamórate del delicioso limón mexicano. Conoce sus aportes nutricionales y hasta medicinales**

**12** | *Salud*
**La leche materna es insustituible y una fuente de salud para las madres**

**16** | *Economía digital*
**Pagar en internet por productos y servicios es cada vez más sencillo**



**18** | *Entre bits y bytes*
**Administra tus datos móviles**

**20** | *Tendencias*
**Compramos, ¿pero sabemos por qué elegimos el producto A y no el B?**

**32** | *Estudio de Calidad*
**COMPUTADORAS**
**PORTÁTILES, ULTRAPORTÁTILES Y "TODO EN UNO" PARA ESCRITORIO**

Foto portada: ShutterStock


**42** | *El laboratorio Profeco presenta*
**Golosinas sin azúcar**

¿De verdad estos productos son buenas opciones para quienes cuidan su peso o quieren evitar padecimientos como la diabetes?

La *Revista del Consumidor*, publicada mensualmente por la Procuradur a Federal del Consumidor (Profeco), estÆ destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Informaci n sobre suscripciones, ventas y contrataci n de espacios para mensajes institucionales en el telØfono 5553 0574. El contenido de los art culos firmados no necesariamente refleja la opini n de la revista ni de **Profeco**: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de bœsqueda de pluralidad y diÆlogo entre corrientes de opini n. EstÆ permitida la reproducci n de los estudios del Laboratorio y/o los anÆlisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intenci n de informar a grupos mÆs amplios de la poblaci n.


No se autoriza la utilizaci n de la informaci n publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales. Los anÆlisis de precios y los sondeos de preferencias de consumidores se publican como una referencia vÆlida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificaci n y otras que **Profeco** lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.

# Desperdiciamos grandes cantidades de alimentos

Investigadores del **Potsdam Institute for Climate Impact Research**, en Alemania, encontraron que en 1965 la cantidad de comida desperdiciada, por persona, era de 310 kilocalorías, mientras que para 2010 fue de 510 kilocalorías. Para el año 2050 se calcula que este número podría subir a 850 kcal.

Si pudiéramos reducir la cantidad de comida que se desperdicia, podríamos alimentar a la población mundial que para el 2050 podría ser de al menos nueve mil millones de personas.

El estudio revela que, en general, entre más alto es el nivel de vida de un país, se desperdicia más comida.

**Fuente**: Potsdam Institute for Climate Impact Research. (2016). *Reducing food waste could help mitigate climate change*, https://www.pik-potsdam.de/news/press-releases/reducing-food-waste-could-help-mitigate-climate-change


**26** | *Brújula de compra*
**Aprende a usar correctamente tu nuevo protector solar**

**28** | *Radiografía*
**Escuchar bien es saludable; un auxiliar puede ayudar**

**52** | *Tecnología doméstica*
**Aprende a construir una maceta con madera y lona recicladas**

**54** | *Manos a la obra*
**Los telares de las mujeres de Zinacantán lucen mundialmente**

**56** | *Numeralia*
**Comercio electrónico en México**

Revista del Consumidor

rconsumidor@profeco.gob.mx

**Procurador Federal del Consumidor**
Ernesto Nemer Alvarez

**Coordinadora General de Educación y Divulgación**
Martha Angón Paz

**Director General de Difusión**
Marco José Sánchez Lira

**Director Editorial**
Uriel Rodríguez Meléndez

**Coordinadora Editorial**
Montserrat Bustos Cardona

**Reporteras**
Thalía Castillo Gill
Azul Rocío Ramírez Vargas

**Correctora de estilo**
Brenda Ríos Hernández

**Editor Gráfico**
Javier Caballero Sandoval

**Diseño**
Roberto Paz Amaya
Alejandro Sánchez Velasco

**Ilustración**
Arnulfo Guevara
Mónica Miranda
Bruno Piña

**Fotografía**
Enrique Arechavala
José Rodríguez

**Colaboradores**
Alma Beade Ruelas
Essa Borquez
Brenda García
Carlos Enrique García Soto
María Rosa Ochoa Camposeco
Alberto Rojas Eguiluz

**Departamento de Distribución y Circulación**
Susana Frías de Cristóbal

**Suscripciones y Publicidad**
5516 6612 - 5212 0468
circulacion@profeco.gob.mx



**Consejo Editorial**
Martha Angón Paz
Noreli Domínguez Acosta
Salvador Farías Higareda
Rafael Ochoa Morales
Ramiro Olvera Oropeza
Aldo Pavón Segura
Carlos de Jesús Ponce Beltrán
Enrique Rodríguez Martínez
Uriel Rodríguez Meléndez
Marco José Sánchez Lira



PROFECO Procuraduría Federal del Consumidor — SE Secretaría de Economía

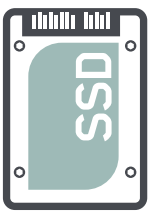
Certificado de Licitud de T tulo nœm. 1127 y Certificado de Licitud de Contenido nœm. 639, expedidos por la Comisi n Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del t tulo de esta publicaci n conforme a la Uni n Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Direcci n General de Correos, con el nœmero PP09-0336. Caracter sticas 218621140. Distribuci n nacional. Impreso en Talleres Gr Æficos de MØxico, Av. Canal del Norte 80, col. Felipe Pescador, del. Cuauht Ømoc, MØxico, DF, CP 06280. Distribuci n en el Distrito Federal por la Uni n de Expendedores y Voceadores de los Peri dicos de MØxico A.C., Calle Guerrero #50, col. Guerrero, Tel. 5591 1400 y 5591 1401, a trav Øs del Despacho Everardo Flores Serrato, Serapio Rend n #87, planta baja, col. San Rafael, CP 06470, Tel. 5128 6670. Editor responsable: Uriel Rodr guez Mel Øndez. Tiraje: 30,000 ejemplares.

# COMPUTADORAS

## Detrás de tu computadora nueva hay una serie de procesos y accesorios que te permiten viajar por World of Warcraft o surfear en internet. ¡Conócelos!

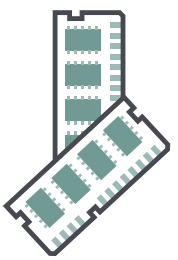
**Microprocesador.** Es el componente que se asocia con el "cerebro" de la computadora.

**Memoria RAM y disco duro magnético (HDD).** Mientras que la memoria RAM sirve para que los programas tengan un espacio físico para funcionar, el disco duro te permite guardar dichos programas, o sus archivos de trabajo, de forma tal que puedas usarlos repetidamente.



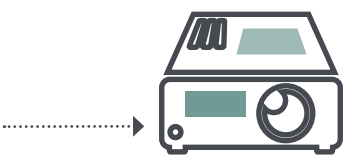

**Disco duro de estado sólido (SSD).** Instalados por lo general en las computadoras ultraportátiles, son prácticamente un tipo de memoria flash (como las llaves o memorias USB) que ofrecen un desempeño rápido, requieren menos energía para funcionar y no tienen partes giratorias como en los discos duros tradicionales.

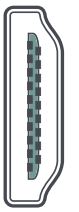
**Unidad óptica.** Es la unidad lectora / grabadora de CD y DVD.



**Sistema de video y tarjetas gráficas.** La mayoría de los equipos usan parte de la memoria RAM para procesar la información necesaria y poder reproducir video, imágenes y juegos básicos. A este sistema se le llama "de memoria de video compartida". Sin embargo, si requieres más poder, es imprescindible que tu computadora cuente con una tarjeta aceleradora de gráficos.

**Adaptador gráfico de video (VGA).** Era la conexión más común entre una computadora portátil y un videoproyector. La salida HDMI la está reemplazando con rapidez.



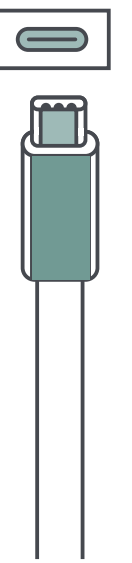


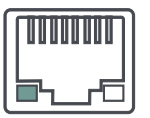
**Interfaz multimedia de alta definición (HDMI).** Es una conexión de audio-video diseñada especialmente para reproducir imágenes de video en alta definición.

**USB 2.0.** Va de salida, pero aún es común utilizarlo para conectar periféricos y aparatos a la computadora. Existe en versión microUSB y miniUSB.

**USB 3.0 (SuperSpeed USB).** Te ofrece una velocidad hasta 10 veces más rápida al USB 2.0 y lo podrás identificar porque el conector hembra en tu equipo tiene un color azul cielo o bien las letras SS.

**USB-C.** Esta nueva versión alcanza los 10 Gbps de transferencia (el doble que el USB 2.0, pero más pequeña y reversible), ideal para transferir video en alta definición.

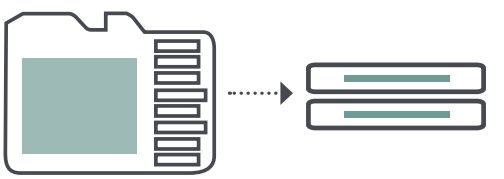




**Ethernet.** Te permite conectar la computadora a una red por medio de cable.

**Wi-Fi (IEEE 802.11).** Conexión inalámbrica para redes y acceso a internet. Una de las últimas versiones, identificada como 802.11n, es la más común. Pero la más veloz es la 802.11ac.

**Ranuras de memoria flash o *slots*.** Exclusivas para insertar tarjetas de memoria como la SD HC (Secure Digital High Capacity) y SD XC (Secure Digital Extended Capacity).



PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

# Decálogo de Consumo Responsable para el Regreso a Clases 2016-2017

1. Revisa junto con tus hijos los **útiles escolares** del ciclo anterior que pueden ser reutililizados, así evitarás gastar de más y ayudarás al medio ambiente.

2. Consulta el **Quién es Quién en los Precios** y antes de comprar compara el precio de útiles y uniformes escolares en: **http://www.profeco.gob.mx/precios/canasta/default.aspx**

3. Organízate con amigos y familiares para realizar **compras al mayoreo** o intercambiar útiles y uniformes escolares, esto te ayudará a ahorrar.

4. **Verifica la calidad** de los productos que adquieras para tus hijos, deben traer indicaciones de uso y cumplir con las Normas Mexicanas.

5. **Prevé otros gastos,** además de la lista de útiles escolares, como exámenes y consultas médicas (ortopedista, optometrista), fotografías, corte de cabello y actividades extraescolares.

6. Adquiere los útiles y uniformes escolares con **proveedores establecidos**, así podrás exigir tus derechos como consumidor, en caso de ser necesario.

7. Enseña a tus hijos a mantener en buenas condiciones sus útiles y uniformes, así podrán utilizarlos durante todo el ciclo escolar, eso te ayudará a cuidar el presupuesto familiar.

8. Cuida la alimentación de tus hijos, junto con ellos diseña **menús sanos, variados y suficientes**.

9. Durante este regreso a clases sigue las **5 R del consumo: Rechaza, Reduce, Reutiliza, Recicla y Respeta**. Así realizarás un consumo responsable para ti, la sociedad y el planeta.

10. Para solicitar más información y asesoría, en caso de presentar una queja o una denuncia, llama al Teléfono del Consumidor, **5568 8722** para la zona metropolitana y al **01 800 468 8722** para el interior del país.

**¡Conoce y ejerce tus derechos como consumidor responsable!**

# *No respetan el precio de anaquel al pagar en la caja*

Un buen viernes de quincena, Adriana por fin se decidió a comprar una consola Xbox. Llegó al departamento de electrónicos y vio un anuncio con la leyenda "50% de descuento en todas las videoconsolas". Adriana, pensando que era su día de suerte, tomó la consola y se dirigió a la caja. Al momento de pagar, el cajero, le dijo que no podía procesar su compra ya que ese producto no entraba en la promoción. Adriana argumentó que ella leyó detenidamente el cartel de la promoción y que en ningún lugar de éste señalaban las restricciones o las marcas participantes y exigió que le aplicaran el descuento.

**Ante una discrepancia en los precios, debes saber y tener presente que todo proveedor:**

**a** Está obligado a informar y respetar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades, reservaciones y demás condiciones conforme a las cuales se hubiera ofrecido, obligado o convenido con el consumidor la entrega del bien o prestación del servicio.

**b** Está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegados.

**c** Ni el proveedor ni sus dependientes te pueden negar la venta, adquisición, renta o suministro de bienes o servicios que se tengan en existencia. Tampoco podrá condicionarse la venta, la adquisición o renta de otro producto o prestación de un servicio. (Se presume la existencia de productos o servicios cuando éstos se anuncien como disponibles.)

**d** Si el autor de la promoción u oferta no cumple su ofrecimiento, puedes optar por exigir el cumplimiento, aceptar otro bien o servicio equivalente o la rescisión del contrato y, en todo caso, tendrás derecho al pago de la diferencia económica entre el precio al que se ofrezca el bien o servicio objeto de la promoción u oferta y su precio normal, sin perjuicio de la bonificación o compensación que procediera.

**e** Si el proveedor, posterior a que le hayas exigido que cumpla con lo publicado u ofertado, no lo hace, acércarte a Profeco, llamando al Teléfono del Consumidor 55.68.87.22 ó al 01.800. 46.88.722

# Internet para tu casa

## Parece una elección sencilla pero antes de decidirte por una u otra compañía toma una decisión informada

En el mercado existe una gran cantidad de ofertas y paquetes de servicio de internet, pero antes de decidirte por algún proveedor toma en cuenta qué tipo de usuario eres (o serás). No es lo mismo estar "enganchado" por horas jugando con otros usuarios, que sólo ver algún video o revisar tu correo electrónico de vez en cuando. En cualquier caso, lo habitual es que el internet en casa lo usen varias personas, y la conexión elegida deba adaptarse a varios perfiles. Una vez definidas tus necesidades podrás saber la velocidad que requieres. Por ejemplo:

**10 Mbps**

sirven para revisar tu correo, y redes sociales o ver películas y series en *streaming*

**20 Mbps**

permiten que descargues una película en menos de 20 minutos o conectarte para jugar sin que se interrumpa la conexión

## Precio y condiciones

- ❑ Busca la oferta que mejor se adapte a tus necesidades y bolsillo
- ❑ Toma en cuenta las condiciones del contrato y siempre lee las letras pequeñas
- ❑ Lee bien a qué está obligado el proveedor y las garantías que ofrece
- ❑ Revisa si el servicio de soporte técnico tiene algún costo
- ❑ Checa bien las promociones y asegúrate de saber cuál será el costo fijo una vez que finalice esa oferta

## Haz un consumo móvil inteligente

- ❑ Ten presentes las características del plan de internet que contrataste, así podrás aprovechar todos los servicios y no excederás tu límite
- ❑ Si el contrato incluye algunos servicios adicionales, valora si su uso es indispensable, de lo contrario cancélalos
- ❑ Configura tu equipo móvil para descargar apps, videos y actualizaciones, sólo con WiFi
- ❑ Descarga una aplicación para medir tu consumo de internet y no excederte
- ❑ Si consideras que el servicio que estás recibiendo no se ajusta a lo contratado, exige tus derechos y acude a **Profeco**

**You Tube**

**¿Cuántos megas de Internet necesito?**

https://www.youtube.com/watch?v=ZkdmgOddAcY

**Fuentes:**
- "11 puntos a considerar para contratar internet", Zócalo Saltillo en http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/11-puntos-a-considerar-para-contratar-internet, consultado el 6 de junio de 2016.
- Consejos para hacer un consumo inteligente al contratar un servicio de telecomunicaciones, Subprocuraduría de Telecomunicaciones
- "¿Sabes lo que necesitas antes de contratar internet en tu hogar?", En Libre Mercado, http://www.libremercado.com/2013-01-22/sabes-lo-que-necesitas-antes-de-contratar-internet-en-tu-hogar-1276479940/, consultado el 7 de junio de 2016.

DE TEMPORADA

# LIMÓN

Esta fruta no puede faltar en la cocina, pues además de realzar el sabor de los alimentos ayuda a digerirlos mejor

## Ayuda a:

### Metabolizar las grasas más rápido

El ácido pantoténico que contiene, en pequeñas cantidades, ayuda a procesar adecuadamente los carbohidratos, proteínas y lípidos

### El proceso de cicatrización

Gracias a la vitamina C, auxilia al cuerpo a reparar los tejidos, así como a producir colágeno, proteína importante para formar la piel

### Incrementar la resistencia a bacterias

La vitamina C favorece la resistencia a las infecciones causadas por estos patógenos, así como a la absorción del hierro de los alimentos

## Previene

### Hipertensión arterial

El ácido cítrico que contiene disuelve las sustancias tóxicas de la sangre y ayuda a eliminar la grasa que dificulta el trabajo del corazón

### Piedras en riñones

Su consumo puede elevar significativamente los niveles de citrato en la orina, esto puede prevenir los cálculos renales

### Problemas de encías

Aunque la información aún no es suficiente se han hecho estudios que sugieren que la vitamina C contribuye a mantener las encías sanas

**Los alimentos que contienen hierro, como carnes, frijoles y leguminosas, se absorben mejor cuando se combinan con limón**

## Algunas variedades

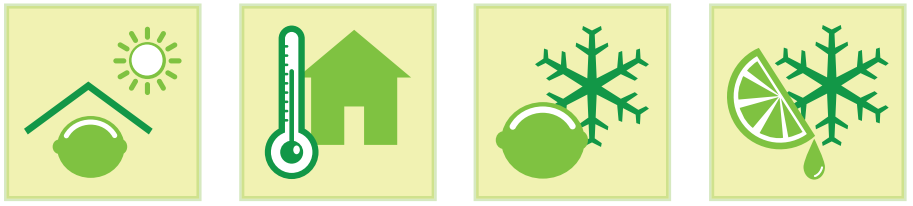
Pequeño, con semillas y de sabor más concentrado

Más grande y sin semilla

De piel amarilla y algo gruesa

## Cómo elegirlos y conservarlos

- Elige aquellos con cáscara lisa, firme, brillante y color verde intenso
- Si notas pequeñas manchas marrones en la cáscara, debes saber que eso no afecta su sabor
- Descarta las piezas blandas o secas



Exponerlos a luz intensa altera su sabor y acidez

A temperatura ambiente se mantienen durante una semana en buenas condiciones

Para prolongar su conservación guárdalos en el refrigerador

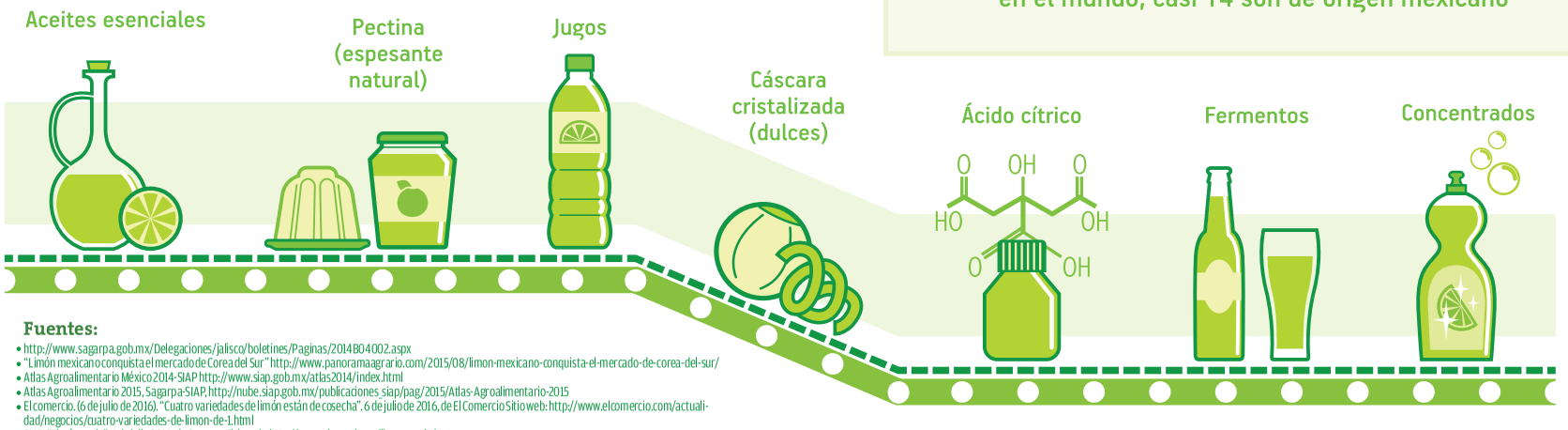
El jugo y la cáscara también se pueden congelar

## El limón en México

Se produce en 545 municipios de 28 estados del país y cinco entidades son las mayores productoras:

De cada 100 toneladas de limón que se producen en el mundo, casi 14 son de origen mexicano

## En la industria se elaboran




**Fuentes:**

- http://www.sagarpa.gob.mx/Delegaciones/jalisco/boletines/Paginas/2014B04002.aspx
- "Limón mexicano conquista el mercado de Corea del Sur" http://www.panoramaagrario.com/2015/08/limon-mexicano-conquista-el-mercado-de-corea-del-sur/
- Atlas Agroalimentario México 2014-SIAP http://www.siap.gob.mx/atlas2014/index.html
- Atlas Agroalimentario 2015, Sagarpa-SIAP, http://nube.siap.gob.mx/publicaciones_siap/pag/2015/Atlas-Agroalimentario-2015
- El comercio. (6 de julio de 2016). "Cuatro variedades de limón están de cosecha". 6 de julio de 2016, de El Comercio Sitio web: http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cuatro-variedades-de-limon-de-1.html
- SIAP. "Limón agrio". 6 de julio 2016, de Sagarpa Sitio web: http://www.siap.gob.mx/limon-agrio/

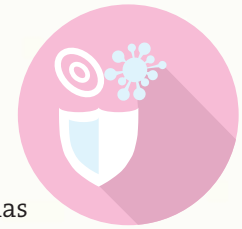
Gráfico: **Bruno Piña**

# 10 COSAS QUE NO SABÍAS SOBRE LA LACTANCIA MATERNA

Además de proveer las cantidades exactas de proteína, grasa y azúcares que benefician el sistema inmunológico del bebé, la leche materna logra un efecto protector a largo plazo para la madre. Aquí algunas razones por las que se le considera un súper alimento natural

## 1

La leche materna estimula el sistema inmunológico del bebé y lo ayuda a combatir las infecciones virales, bacterianas y parasitarias, como:



- Infección de oído
- Infecciones urinarias
- Alergias
- Meningitis y septicemia
- Neumonía y otras enfermedades respiratorias
- Infecciones gastrointestinales
- Diarrea infantil
- Resfriado común

## 2

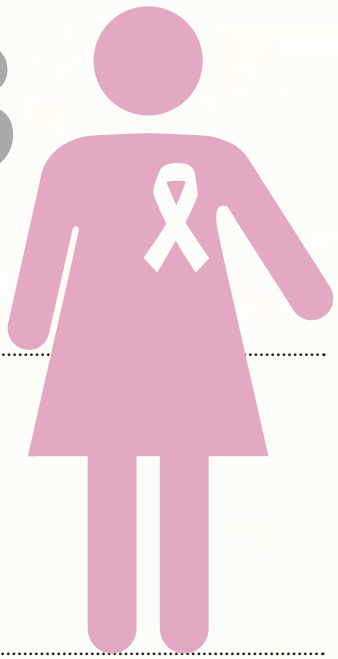
Logra reducir el riesgo de algunas enfermedades como:

- Diabetes tipos 1 y 2
- Leucemia y linfomas infantiles
- Obesidad y sobrepeso
- Alta presión sanguínea
- Colesterol alto
- Enfermedad de Crohn
- Colitis ulcerosa
- Asma
- Eczema
- Esclerosis múltiple

## 3

No sólo es de gran beneficio para los pequeños, sino también las madres podrían prevenir algunas enfermedades como:

- Cáncer de ovario y útero
- Enfermedades del corazón
- Osteoporosis
- Diabetes tipo 2

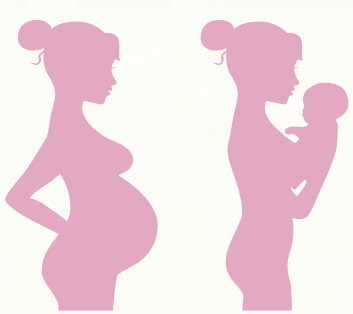


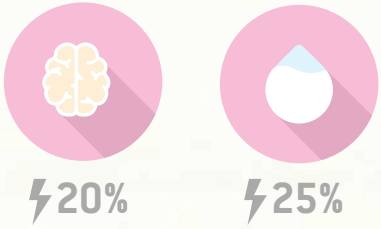
## 4

Por cada 12 meses de lactancia, la mujer disminuye el riesgo de desarrollar cáncer de mama en 4.3%.

## 5

Acelera la recuperación posparto: contribuye a que el útero regrese a su tamaño y a que la mujer logre volver al peso previo al embarazo.






## 6

La producción de leche materna consume el 25% de la energía del cuerpo; el cerebro sólo utiliza un 20%.

**7** La leche materna contiene sustancias que promueven el sueño y la calma en los bebés; además de que ayuda a reforzar el vínculo entre ambos.

**8** La primera leche que la madre produce se llama calostro, es muy espesa y algo amarillenta. Aunque puede parecer poca, contiene un volumen muy alto de proteínas y es muy fácil de digerir. Poco a poco la leche va madurando, conteniendo menos proteínas pero más grasa y carbohidratos; esta composición también varía a lo largo del día.

**9** En promedio, los bebés consumen el 67% de la leche que la mamá tiene disponible –ellos se alimentan hasta que se llenan, no hasta que se vacía el pecho–.

**10** Los senos de la madre pueden incluso detectar alguna fluctuación en la temperatura corporal del bebé y ajustarla para calentar o enfriar, según sea necesario. Esta es una razón por la que el contacto físico en los primeros días es crucial.



### Algunos videos

- Reporte Especial: Lactancia materna [Revista del Consumidor TV 27.1] https://youtu.be/kOHvAAjP-yE
- La importancia de la lactancia ["Revista del Consumidor TV" 19.2] https://youtu.be/qNlRFCIsj1A

**Fuentes**

Amy Johnson-Grass . (March 23, 2015). *15 Cool Facts about Breastfeeding.* 4 de julio de 2016, de Health Foundations Birth Center Sitio web: http://www.health-foundations.com/blog/2013/11/19/15-cool-facts-about-breastfeeding

www.mdanderson.org

Revista del Consumidor. (Mayo 2013). "Lactancia materna. Volver a lo natural". Revista del Consumidor, 435, 25,26 y 27.

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL
DEL CONSUMIDOR

¡Finalmente un juego en el que niños y niñas se divertirán aprendiendo sobre salud y nutrición al mismo tiempo!

# Conviértete en un héroe saludable

y recorre fantásticas galaxias llenas de planetas y naves pirata, así como de acertijos y trivias

OK

Los piratas han llegado a las galaxias a destruir comida saludable, por lo que los planetas se están enfermando. Tu misión es esquivar a los piratas y transportar las porciones necesarias para que los habitantes de los planetas tengan una nutrición balanceada

## En Héroes saludables aprenderás:

- Consejos de salud
- Tipos de alimentos saludables
- Información sobre porciones alimenticias
- A leer etiquetas nutrimentales

¡Juega, diviértete y aprende a comer sanamente!

## Características:

3 divertidas galaxias / 45 niveles / Enemigos / Tips / Juegos y rompecabezas

Descárgala gratis en las tiendas de aplicaciones Apple y Google

Disponible en Google play

Disponible en el App Store

# Pagar en línea

## La tarjeta de crédito es la herramienta pionera para pagar en línea, pero para quienes no poseen una, o para los desconfiados que no dan su brazo a torcer, existen otras opciones ¿sabes cuáles son?

Conforme se extiende la cultura de las compras online, aumentan las opciones para pagar en forma segura: desde las transferencias bancarias y los pagos en tiendas de conveniencia, hasta las empresas procesadoras de pagos, que agregan seguridad a las compras porque ofrecen diversas alternativas en un solo portal, por lo que tu información no tiene por qué correr riesgos.

México posee una oferta de comercio electrónico de clase mundial. De acuerdo con el estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet A.C. (AMIPCI), el valor total de las operaciones en el comercio electrónico durante 2014 alcanzó los 162.1 mil millones de pesos, es decir, un crecimiento del 34 por ciento sobre los 121.6 mmp del año anterior.

De acuerdo con este estudio, 78% de los pagos se realizan en línea, mientras el 22% restante se paga offline. Una de las principales razones de muchos consumidores para seguir renuentes a comprar en línea es la desconfianza de usar su información bancaria. No obstante, existe una gama amplia de medios de pago seguros:

### Medios de pago online

**Tarjeta de crédito**
La más socorrida por su comodidad, seguridad y rapidez en el proceso, y porque algunas tiendas en línea sólo ofrecen esta forma de cobro.

**Tarjeta de débito**
También es una opción muy utilizada en México; no obstante, la mayoría de las instituciones bancarias han establecido candados de seguridad que limitan su uso en transacciones en línea, esto es porque el dinero se retira directamente de la cuenta bancaria del usuario, lo cual la vuelve inconveniente para muchos comercios online.

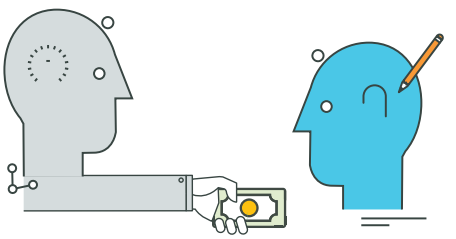
**Plataformas de pago**
Las plataformas de pago muestran grandes beneficios para proteger los datos personales de sus usuarios al vincular el pago a una tarjeta de débito o crédito o a una cuenta bancaria, de modo que en cada compra se tenga que introducir su cuenta y contraseña. Algunas opciones son Paypal, Google Wallet, PayU o MercadoPago.

**Transferencia bancaria directa**
El comercio asigna al usuario una cuenta bancaria donde el cliente debe realizar una transferencia para que se gestione su pedido. Es un medio más lento ya que pueden pasar varias horas para que la transferencia sea cursada y que la tienda registre el pago.

## Medios de pago offline

**Contra reembolso**
El método de pago contra reembolso es el más seguro para el comprador, ya que se realiza cuando el producto adquirido está en sus manos; éste puede hacerse en efectivo y en algunos casos con tarjeta de crédito/débito; sin embargo, no todas las tiendas online cuentan con este sistema.

**Tiendas de conveniencia**
Una vez realizado el pedido, puedes ir a algún comercio con el que el proveedor tenga convenio a pagar directamente.



**Depósito bancario**
Cuando realizas tu compra en el portal del proveedor, se te expide una línea de captura para que hagas el pago directamente en la ventanilla del banco indicado.

## Ǝspejismos de la publicidad

Por Essa Borquez

Seguramente te has dado cuenta: los estantes de los supermercados están llenos de productos con múltiples presentaciones. Las marcas se han diversificado para ofrecer versiones con menos azúcar o sustitutos de ésta, con porciones más chicas o de mega (y ultra) tamaño, con ingredientes orgánicos, deslactosados, sin calorías, para mujeres, para adultos, integrales y, últimamente, muchos "sin gluten".

A esta exagerada oferta se suma la desinformación y la confusión, a tal grado de asociar productos sin gluten a dietas para perder peso o para prevenir peligros mayores como el cáncer. Calma estimado consumidor, calma.

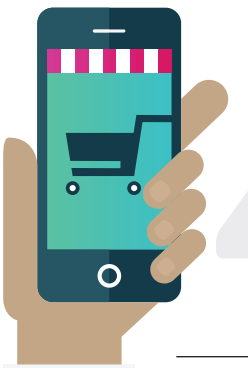
El gluten suena a muchas cosas pero en realidad es una proteína que se encuentra en el trigo y que ayuda a mantener la forma de dicho alimento, actuando como un "pegamento" natural. Lo contienen las harinas que consumimos todos los días, no sólo las de trigo.

El problema es que existen personas con enfermedad celiaca, provocada por la intolerancia al gluten, con síntomas como diarrea crónica, palidez, debilidad generalizada y vómitos, entre otros. Es tratable con una dieta 100% libre de gluten. Es decir, son esas personas las que deben buscar estos popularizados alimentos.

Se estima que en México 1 de cada 150 personas la padece, esto es menos del 1% de la población. Si crees tenerla, puedes someterte a exámenes clínicos, análisis de sangre y biopsia intestinal. Si no, te recomiendo no gastar de más y seguir en el tren de los productos que siempre has consumido, eso sí, con moderación y la debida actividad física. Buen provecho.

**Essa Borquez** es publicista de gran ojo para reconocer la buena y la mala publicidad, con un sentido crítico y divertido. Síguela en Twitter: @EssaPublicista

# MEJORA EL USO DE TUS DATOS MÓVILES




Las aplicaciones móviles son herramientas que nos facilitan las comunicaciones, descargar música, acceder a redes sociales, entre otras posibilidades. La mayoría de ellas funcionan con una conexión a internet.

Las aplicaciones y algunas funciones del sistema operativo de tu dispositivo móvil trabajan en "segundo plano", es decir, los datos de tu plan se ocupan de manera involuntaria, de manera automática.

El uso de datos móviles implica un precio, se usen de manera voluntaria o no, por lo que es muy importante que conozcas tus necesidades y qué características te ofrece el proveedor al momento de contratar un plan para que lo aproveches mejor.

## Tenerlos bajo control y mejorar su uso es muy sencillo:

1 Configura los datos en tu dispositivo móvil para que el segundo plano se active sólo cuando utilices una red inalámbrica.

2 Establece un límite de consumo de acuerdo con tu plan de datos y programa una alerta cuando llegue a cierto tope. Para eso es necesario marcar la opción "limitar datos móviles".

3 Desactiva la opción copia de seguridad, ya que sincroniza constantemente los datos en la nube. Ve a ajustes y desconecta la opción "copia de seguridad".

4 Puedes configurar tu correo electrónico para que las actualizaciones de tu bandeja sean de forma manual.

5 Todos los teléfonos incluyen una serie de aplicaciones provistas por el fabricante. Deshabilita las que no te sean útiles.

6 Cuando no estés conectado a una red inalámbrica desactiva tu plan de datos móviles.

7 Usa aplicaciones para monitorear el consumo de tus datos.

8 Ve al menú de "ajustes" y verifica qué aplicación te consume más datos, cuáles se ejecutan en segundo plano y, de ser posible, ciérralas manualmente.

### APLICACIONES PARA EL CONTROL DE DATOS MÓVILES

| Nombre | Destaca por | Disponible en |
|---|---|---|
| **My data manager** | Indica qué apps utilizan más datos, genera alertas y es gratuita | **iOS** y **Android** |
| **Call Timer** | Control de datos, llamadas y SMS. Genera alertas, autocolgar y remarcar donde los primeros minutos son gratis. Es gratuita | **iOS** y **Android** |
| **Greenify** | Administra aplicaciones en segundo plano, te genera un ahorro de energía. Es gratuita | **Android** |
| **Opera Max** | Control de datos móviles. Comprime videos y fotos en casi todas las conexiones inalámbricas de datos. Es gratuita | **Android** y algunas versiones de **iOS** |

# Vi, vine... y co

Los ciudadanos del mundo civilizado hemos cristalizado las promesas de la modernidad: igualdad, libre competencia y libertad de elección. Así, es fácil sentirse beneficiario de un sistema que permite a las marcas ofrecer sus bienes, productos o servicios en un mercado controlado por reglas claras y justas. Pero si miramos con detenimiento, el proceso que nos lleva a poner ese jabón —o desodorante, playera, o televisor— en nuestro carrito de compras, quizá descubramos que no somos tan libres como creemos.

# ompré (o por qué compramos lo que compramos)

Por **Víctor Carmona Castellanos**

En 1920, en su ***Introducción general al psicoanálisis***, Sigmund Freud describió "las tres heridas narcisistas de la humanidad". Según él, la primera tuvo lugar en el siglo XVI, cuando Copérnico demostró con su teoría heliocéntrica que la Tierra no se encontraba en el centro del Universo y que era un planeta insignificante, girando en torno a una estrella enana perdida en un sistema estelar de dimensiones inimaginables. La segunda acaeció en el siglo XIX, cuando Charles Darwin postuló su teoría de la selección natural, la cual echaba por tierra la noción de que somos una creación amorosa celestial, canjeándola por la idea de que somos el resultado de millones de años de evolución biológica y estamos emparentados con los simios. Finalmente, la tercera herida la infligiría el propio Freud, sosteniendo que "el Ego ni siquiera es el amo de su propia casa", y que nadie es dueño incluso de sus propios pensamientos, pues éstos se cocinan en los hornos del inconsciente.

A casi cien años de su publicación, ese planteamiento nos coloca de frente a que, sin importar nuestra inteligencia o educación, somos dueños de nuestras acciones hasta cierto grado; si lo sobrepasamos, seremos esclavos de nuestro inconsciente.

¿Y hasta qué punto mercadólogos y publicistas se aprovechan de esos "puntos ciegos" de nuestra conciencia para manipularnos y hacernos elegir sus productos?

## ¿Por qué compramos?

Hubo un tiempo en que el comercio era muy sencillo. Con el paso de los siglos, la civilización humana se hizo cada vez más sofisticada, surgieron nuevas necesidades y esto llevó a la creación de nuevas tecnologías y productos para satisfacerlas. Con la producción en serie llegó una proliferación de productos que compiten entre sí por nuestro dinero.

Pero, ¿de qué necesidades hablamos? Echemos una mirada a un ensayo de Abraham Maslow publicado en 1943 en la revista ***Psychological Review***, texto determinante para la comprensión de nuestras necesidades como especie. En la llamada "pirámide de Maslow", el psicólogo colocó las necesidades de cualquier ser humano en cinco niveles: **en la base**, se encuentran las necesidades físicas básicas (comer, beber, dormir o aparearse); **en segundo lugar**, se encuentra la necesidad de seguridad, ya sea física, económica o de salud; **en el tercer** escalón se posicionan la necesidad de amor y de sentido de pertenencia; **en el cuarto**, la necesidad de sentirse respetado; y **en la punta** de la pirámide se encuentra la autorrealización y la necesidad de manifestar el potencial personal.

Víctor Carmona Castellanos es arquitecto, restaurador y asesor editorial de la revista Bicaalú.

**Toffler los definió como superproductos, puesto que ya no sólo cumplen con su función práctica original, sino que cuentan con supuestas propiedades especiales.**

Gracias a la especialización de nuestra sociedad, nadie debe correr detrás de un mamut para comerlo, de modo que la mayor parte de nuestras necesidades básicas se cubren con relativa facilidad, siempre que tengamos dinero y un supermercado. Pero, ¿cómo hacemos para satisfacer las siguientes cuatro jerarquías de la pirámide de Maslow? En esta sociedad el sentido de pertenencia, el respeto y la autorrealización se han convertido en un bien de consumo. Es decir, se pueden comprar... o, al menos, eso nos han hecho creer.

## Existo porque compro

René Descartes, un filósofo francés del siglo XVII, autor de la frase "Pienso, luego existo", sostuvo que la capacidad del pensamiento es prueba de su existencia. Siglos después, en 1993, la escritora mexicana Guadalupe Loaeza parafraseó con tino la máxima cartesiana y la convirtió en lo que parece ser el lema del comprador del siglo XXI: "Compro, luego existo".

Volvamos a la pirámide de Maslow y al modo en que el *Homo sapiens* de hoy satisface sus necesidades: el primer nivel, el hambre y la sed, podrás saciarlo gastando relativamente poco; cubrir la necesidad de seguridad te saldrá más caro, pues deberás invertir en la renta o compra de una vivienda, así como en un auto que haga más fácil salir de casa; tal vez también en uno o varios seguros de vida o médicos. Después, quizá te convenzan de que para hallar el amor hay que lucir atractivo, entonces gastarás en ropa, maquillajes, perfumes, membresías en gimnasios y tintes dorados. Para ser aceptado te comprarás la camiseta de la Selección Nacional y un cartón de cervezas e invitarás a tus amigos a convivir alegremente como los grupos de gente bonita, integrada y feliz que ves en los anuncios de la TV.

Encarrilado por esa pendiente, verás que para obtener el respeto de los demás deberás vestir de determinada manera —que cambiará cada seis meses, de acuerdo con las tendencias de la moda y temporada—; usar un reloj con numerosas funciones, poseer un auto con ciertos aditamentos y pagar cenas en restaurantes de lujo. Finalmente, quizá te sientas autorrealizado cuando te contemples a ti mismo con casa propia en una buena colonia, uno o dos autos del año, un clóset lleno de ropa, un celular de última y las mensualidades del colegio particular de tus hijos —otro símbolo de estatus, independientemente de la calidad académica— llegando puntualmente a tu buzón junto con las promociones de la tarjeta de crédito de tu almacén favorito, ahí donde contemplas imágenes perfectamente diseñadas para venderte una idea:

## Hollywood, celebridades y Maksymilian

A principios del siglo XX, un cosmetólogo polaco de nombre Maksymilian Faktorowicz, a quien el mundo conocería como Max Factor, llegó a trabajar como maquillista en la naciente industria cinematográfica de Hollywood y en poco tiempo se hizo de gran prestigio, lo que le permitió trabajar con las grandes estrellas del momento. La historia lo recuerda por la creación del término *make-up*, por la invención del maquillaje grasoso que lucía maravillosamente a ojo de la cámara, y del famoso *Pancake*. Sin embargo, hubo otro tema en el que también fue pionero: en 1927, cuando puso a la venta al público su línea de maquillaje Max Factor, gracias a sus contactos en la industria fílmica, fue uno de los primeros empresarios en utilizar a estrellas de cine para respaldar y acreditar sus productos a cambio de promocionar las películas donde aparecían las actrices en cuestión. En otras palabras, Max Factor fue uno de los primeros en darse cuenta de una verdad fundamental en el mercado de hoy: la gente quiere parecerse a los famosos.

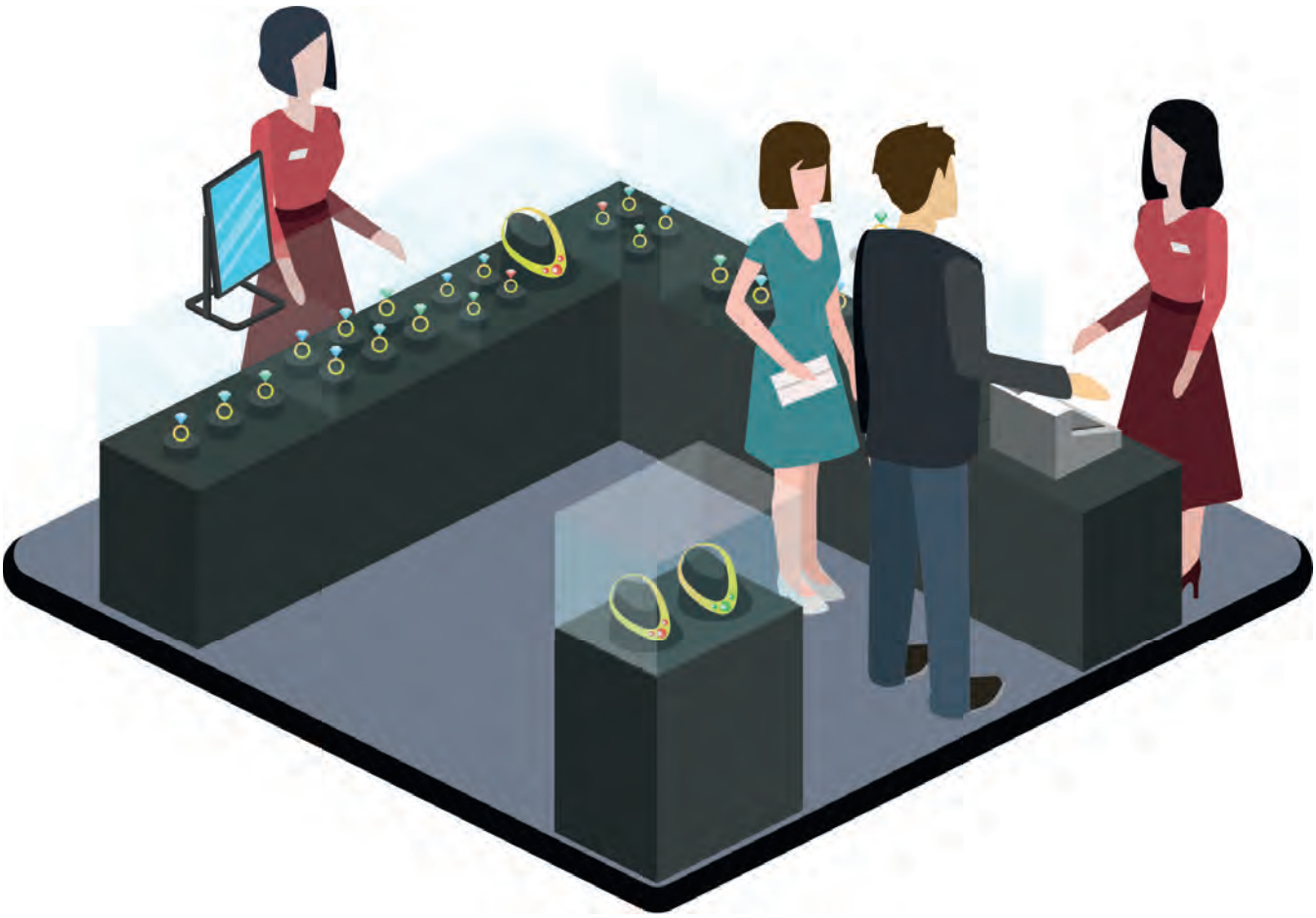
aspirar a ser parte de un grupo social en ascenso que emula a la rubia de clase alta de los países del Primer Mundo.

Los objetos que compras han pasado de ser artículos con una función práctica específica a erigirse como otorgadores de prestigio. A estos objetos se les llama símbolos de estatus. Tal pareciera que en nuestra sociedad la autorrealización se demuestra con las cosas y las prácticas que connotan posesión de riquezas, belleza física y algún tipo de "superioridad". En otras palabras, no COMPRAS en el Palacio: tú Eres Totalmente Palacio. Tus compras te definen. Compras, luego existes —al menos, para el mercado y sus marcas.

## La obligación de comprar

Si formas parte de un grupo sometido a la influencia de los medios, será difícil que te sustraigas de las "conductas de manada": prácticas sociales que son adoptadas en masa por imitación y por sentido de pertenencia a un grupo, desde regalar algo en Navidad, comprarle una lavadora a la autora de tus días el 10 de Mayo, hasta emborracharse con tequila en la noche del 15 de Septiembre. Todo eso, casi siempre, se debe a la inevitable presencia de los discursos publicitarios.

Para atraerte a la compra, los publicistas se encargan de imbuir un producto con atribuciones —reales y ficticias— que lo hacen atractivo. Utilizarán tácticas mercadotécnicas como el sampleo (muestras gratuitas de producto); las activaciones, acciones destinadas a vincular la marca con una emoción; por ejemplo, la disimulada excitación de un hombre cuando una edecán de piernas torneadas le regala una sonrisa... y un trago de brandy de muestra; o todo el discurso publicitario que a diario recibimos a través de la radio, la televisión, el cine, la publicidad exterior, los sitios de internet y las redes sociales, que tarde o temprano harán que sientas la necesidad de comprar. Ya plantados en el pasillo del supermercado, la tienda de conveniencia o departamental, otros serán los mecanismos, engaños y trampas, que las marcas ejecutarán para precipitar tu decisión de compra.



## Macrotendencias

En 1970, el futurólogo estadounidense **Alvin Toffler** publicó un libro que pretendía predecir las prácticas de la sociedad ante el inminente fin del siglo XX. Ese libro se llamó *El shock del futuro*,[1] y entre los muchos aciertos que tuvo fue acuñar el término "sobreoferta" de productos, que puede explicarse así: en las últimas décadas del siglo XX, la producción industrial permitió que casi cualquier producto pudiera fabricarse en cantidades cada vez mayores a precios y tiempos cada vez más reducidos; esto, en el largo plazo, hizo posible la multiplicación de marcas y productos con mínimas variaciones entre ellos. Entonces, fue necesaria la inclusión de características "únicas" para distinguir un producto de otro en la mente del posible consumidor. Fue **Toffler** quien definió esos productos como superproductos, puesto que ya no sólo cumplen con su función práctica original, sino que cuentan con supuestas propiedades especiales —muchas veces, totalmente innecesarias o falsas— cuya única finalidad es ser diferenciadores y motivar la compra.

Un ejemplo clásico es el champú. Hoy en día, existe un sinfín de marcas, submarcas, líneas y características entre las cuales elegir: champú, acondicionador o 2 en 1 para la gente ocupada; para cabello liso, quebrado, rizado, maltratado o teñido; para una apariencia lustrosa, casual, formal o libre de *frizz*; con keratinas, humectantes, pigmentos, aminoácidos revitalizantes o microceramidas. Y desde luego que todas estas características especiales no son gratuitas. Entre más sofisticado resulte o parezca un producto, normalmente resultará más caro pues pagarás el "derecho de exclusividad" y, de paso, por financiar la costosa publicidad que el fabricante pagó para convencerte de dichas bondades.

Los proveedores de bienes y servicios se valen de estrategias publicitarias diseñadas para que, como consumidores, prefiramos su producto o servicio al momento de decidir una compra. Por esto, **Profeco** realiza monitoreos de la información desplegada en los medios masivos de comunicación, además de recibir y analizar las denuncias por publicidad engañosa con la finalidad de que el proveedor que haya emitido publicidad engañosa o abusiva, lleve a cabo su modificación, corrección o suspensión y que, en su caso, se le apliquen las sanciones correspondientes establecidas en la **Ley Federal de Protección al Consumidor**.

[1] Alvin Toffler. (1970). *El shock del futuro*. Barcelona: Plaza & Janes.

**Aparentemente en nuestros días no es la capacidad del pensamiento sino la de compra la que define la existencia de un ser.**

¿Y por qué lo pagas? Porque, uno, el productor y el publicista se han ganado tu confianza con una modelo o un actor famoso que cobra millones por avalar lo que el comercial afirma. Dos, porque todo lo que has visto y escuchado en los medios te ha generado una demanda: la necesidad de comprar un producto específico. Las gratificaciones emocionales que da el pensar que uno usa el mismo champú o tinte de pelo que Martha Higareda y la posibilidad de definir la propia persona a partir del consumo, uso o posesión de un artículo, son muy poderosas.

## La compra consciente

Si has estado bajo cualquier proceso de terapia psicológica, quizá te resulte familiar la frase de Carl Gustav Jung: "Hasta que no hagas consciente lo inconsciente, éste controlará tu vida y lo llamarás destino", que quiere decir que mientras no se alcance un cierto grado de comprensión racional de nuestras experiencias pasadas y de las pulsiones automáticas que éstas generan en nosotros, seguiremos siendo títeres de nuestro inconsciente.

Lo mismo sucede con el Yo comprador, cuyas motivaciones inconscientes pueden literalmente sumirte en la ruina, en un vano intento por llenar las carencias internas. Se trata, entonces, de hacer compras racionales, informadas y planificadas. O sea, compras conscientes, en contraste con las compras de impulso o las motivadas por los estratos superiores de la pirámide de Maslow. Si eres capaz de darte cuenta del momento justo cuando, al ver esas carísimas botas de gamuza que te coquetean desde el aparador, en tu mente se disparan juicios de valor como "es un pequeño lujo, pero creo que lo valgo", habrás dado un paso adelante en este asunto de las compras conscientes.

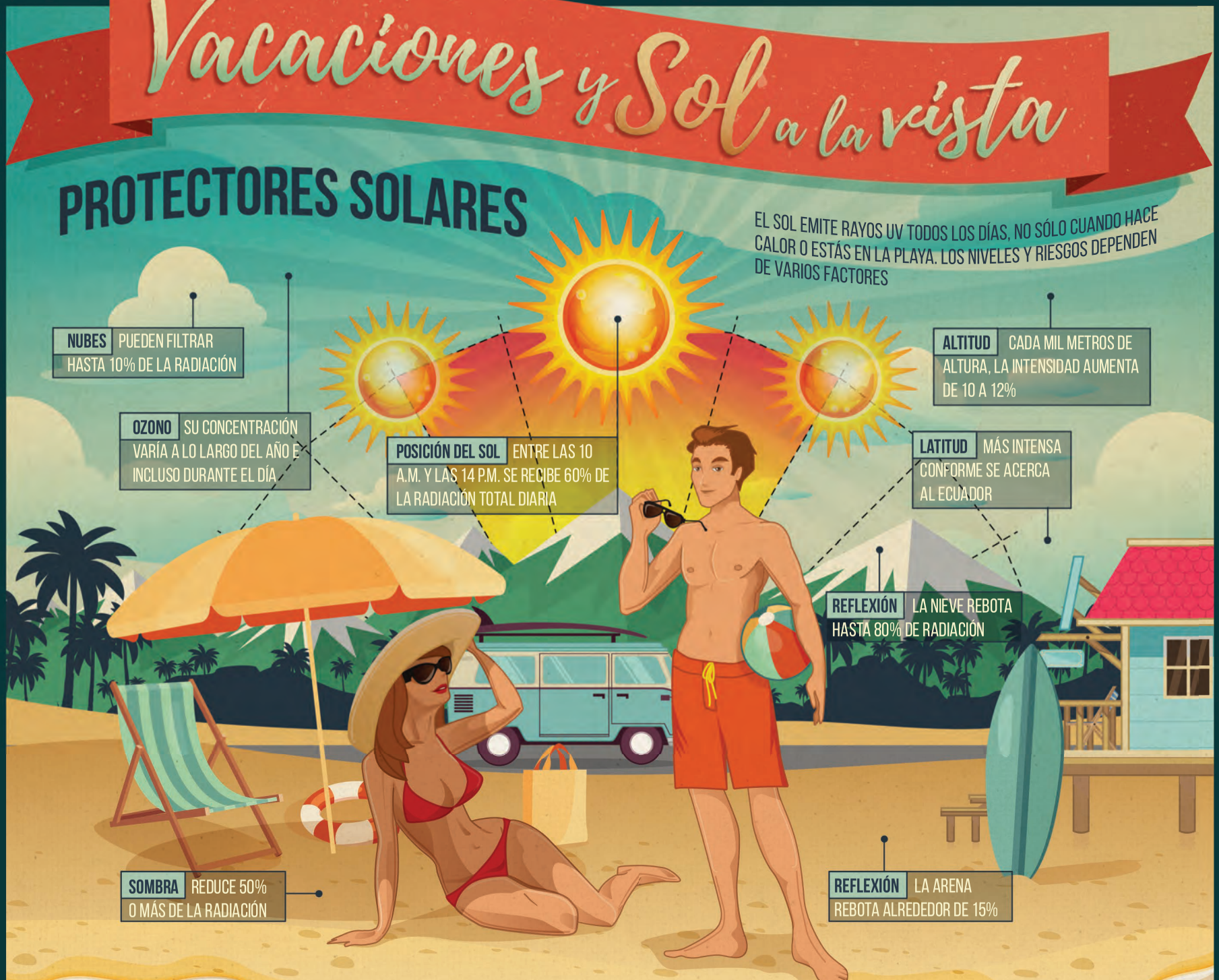
## Tom Cruise y los Wayfarer

**En mercadotecnia, se le llama *product placement*** a la práctica comercial de incluir un determinado producto o marca en un programa de televisión o una película. A veces es un negocio muy redituable. Un ejemplo de ello es lo que sucedió en los años 80 con el hoy popular modelo de gafas de sol, *Ray-Ban Wayfarer*. Salieron al mercado en 1956 y fueron medianamente exitosos, en parte gracias a la peculiaridad de contar con uno de los primeros armazones de plástico, pero pasaron de moda y cayeron en el olvido hasta 1982, cuando Ray-Ban firmó un acuerdo de 50 mil dólares anuales con la empresa californiana *Unique Product Placement* para que los Wayfarer aparecieran en casi 60 series de televisión y películas al año. La primera de estas apariciones, y quizás la más recordada, fue cuando Tom Cruise usó un par de Wayfarer negros en su película Negocios riesgosos —*Risky Business*— (1983). Según la revista Fortune, ese año Ray-Ban vendió más de 360,000 piezas de ese modelo.

**Si la publicidad engaña, confunde o induce al error al consumidor, ¡denúnciala!** ¡Escribe al correo electrónico **asesoria@profeco.gob.mx** o llama al **Teléfono del Consumidor**:

**5568 8722 - 01800 468 8722**

# Vacaciones y Sol a la vista



## USAR PROTECTOR SOLAR DIARIO ES LA MEJOR MANERA DE PROTEGERTE, CONSIDERANDO TU TIPO DE PIEL

| COLOR DE PIEL | SUSCEPTIBILIDAD AL SOL | PROTECCIÓN REQUERIDA |
|---|---|---|
| MUY BLANCA | EXTREMADAMENTE ALTA (NUNCA SE BRONCEA, SÓLO SE QUEMA) | FPS* 30 — PERMANECER A LA SOMBRA SIEMPRE QUE HAYA SOL |
| BLANCA | ALTA | FPS* 30 — PERMANECER A LA SOMBRA SIEMPRE QUE HAYA SOL |
| MORENA CLARA | MODERADA | FPS* 30 — PERMANECER A LA SOMBRA SIEMPRE QUE HAYA SOL |
| MORENA | TIENDE A BRONCEARSE Y ES POCO PROPENSA A QUEMARSE | FPS* 15 — PERMANECER A LA SOMBRA ENTRE LAS 10 A.M. Y LAS 5 P.M. |
| MORENA OSCURA | SE BRONCEA CON FACILIDAD Y ES POCO PROPENSA A QUEMARSE | FPS* 15 — PERMANECER A LA SOMBRA ENTRE LAS 10 A.M. Y LAS 5 P.M. |
| NEGRA | DIFÍCILMENTE SE QUEMA | FPS* 15 — PERMANECER A LA SOMBRA ENTRE LAS 10 A.M. Y LAS 5 P.M. |

FUENTES: PROFECO, BRÚJULA DE COMPRA 24 DE JUNIO DE 2016

**Gráfico:** Arnulfo Guevara

# PARA QUE ESCUCHES MEJOR

**Típico que se te dificulta seguir una conversación, necesitas que te repitan lo que dicen y te parece imposible platicar en las fiestas. Lo bueno es que después de conocer estas opciones de auxiliares auditivos, estas situaciones serán menos frecuentes**

Escuchar bien permite que puedas desenvolverte de manera más fácil en cualquier ámbito, pero cuando hay un daño auditivo, no sólo escuchas menos, sino que percibes el sonido de modo irregular o distorsionado, lo que limita tus posibilidades para procesar debidamente la información. La OMS define como "discapacitante" cuando el oído con mejor audición en un adulto ha perdido más de 40 dB de capacidad de escucha. Cuando se trata de niños, a partir de 30 dB. Lo anterior significa que existe dificultad para entender una conversación normal que oscila entre 20 y 40 dB. Se considera una audición normal entre 0 y 25 dB.

**Niveles promedio de algunos sonidos comunes en decibeles**

El símbolo **dB** expresa los decibeles, **unidad** que se utiliza para medir la **intensidad** del sonido.

**Recuerda: si sospechas que tienes algún problema de audición, consulta a un otorrinolaringólogo. Este te hará un examen de audiometría para determinar qué necesitas.**

## COMO MÚSICA PARA TUS OÍDOS

Los auxiliares auditivos son dispositivos electrónicos que captan el sonido, lo amplifican y lo dirigen al oído, con base en las necesidades de cada persona. La mayoría son digitales programables y tienen un microchip que permite ajustes del volumen para diferentes tipos de ambiente. El audiólogo utiliza una computadora para programar el auxiliar, en función de la pérdida auditiva, y determinará el que sea más apropiado en función del daño auditivo, tu estilo de vida y las actividades que realizas habitualmente.

## PRECIOS

La **Dirección General de Estudios sobre Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor** (**Profeco**) recabó información y precios de algunos auxiliares auditivos. La recopilación de la información se realizó el **16** y **17** de **junio** de **2016**. Toma en cuenta que a la fecha de publicación de este artículo los precios pudieron haber cambiado.

Se solicitó una cotización para un adulto de 56 años con una pérdida auditiva de moderada a severa. Fue necesario determinar sus necesidades de comunicación acorde con sus actividades cotidianas. Se consideró una actividad laboral en oficina y sociabilización constante.

### Precios de auxiliares auditivos digitales para un nivel de sordera de moderada a severa

| Establecimiento | Tipo de auxiliar | Precio ($) | Algunas características |
|---|---|---|---|
| **Tekno-audición** | Curveta de adaptación abierta (*Open Fit*) | $15,500.00 | • Programable por computadora (curveta *open fit*)<br>• Un año de garantía.<br>• Mantenimiento gratis durante el 1er año<br>• Eliminador de humedad<br>• Paquete de pilas |
| | Curveta retroauricular | $6,500.00 | |
| **Comaudi** | Curveta de adaptación abierta (*Open Fit*) | $20,360.00 | • Dos años de garantía por defectos de fabricación<br>• Programable<br>• Tres meses de pilas gratis<br>• Utensilios para limpieza del auxiliar auditivo y/o molde<br>• Estuche para guardar el auxiliar<br>• Estudio audiométrico<br>• Manual de usuario<br>• Guía de ejercicios para la rápida adaptación del auxiliar<br>• Instrucciones de uso, manejo y cuidado del auxiliar<br>• Controles y ajustes periódicos gratuitos<br>• Revaloración de la audición una vez al año |
| **Axxon Audiology** | Curveta retroauricular | $9,500.00 | • Un año de garantía<br>• Controles de ajuste<br>• Dos mantenimientos por año<br>• Tres meses de pilas gratis<br>• Kit deshumidificador<br>• Estuche para guardar el auxiliar<br>• Cuatro paquetes de seis pilas |
| **Akustikum** | Intracanal (sofisticado) | $22,002.50 | • Dos años de garantía<br>• Pilas para 15 a 20 días<br>• Cuatro servicios sin costo adicional<br>• Estuche para guardar el auxiliar |
| | Intracanal (intermedio) | $19,619.99 | |
| | Intraconcha (sofisticada) | $22,800.00 | |
| | Intraconcha (intermedia) | $18,775.90 | |
| | Curveta retroauricular (sofisticada) | $22,108.01 | |
| | Curveta retroauricular (intermedio) | $18,143.40 | |
| **Maico** | Curveta retroauricular | $12,500.00 | • Programable por computadora<br>• Un año de garantía<br>• Seis baterías<br>• Un deshumidificador<br>• Estuche de viaje<br>• Un molde anatómico |
| **Evolución Auditiva** | Curveta retroauricular de 4 canales | $16,000.00 | • Un año de garantía por funcionamiento electrónico<br>• Molde de silicón<br>• Manual de asesoramiento y capacitación de uso<br>• Un paquete de pilas por cada equipo<br>• Un deshumidificador<br>• Servicio de mantenimiento sin costo al año de haberse utilizado el equipo<br>• Ajustes finos (rehabilitación auditiva) |
| | Curveta retroauricular de 6 canales | $16,980.00 | |

**Entrevista**: Dra. Sagrario Barrera Meza, audióloga de la Asociación Mexicana para el Diagnóstico y Tratamiento de la Sordera A.C.

**Fuentes:**


• KidsHealth, "¿Qué es la pérdida de audición?". Consultado en 13 de junio de 2016, en: http://kidshealth.org/es/kids/hearing-impairment-esp.html
• Organización Panamericana de la Salud, "Disminución de la Agudeza Auditiva". Consultado el 1 de julio de 2016, en: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/gericuba/guia10.pdf
• Heart it, "El audiograma". Consultado el 7 de junio de 2016, en: http://www.hear-it.org/es/Audiograma-3
• Oticon People First, "Pérdida auditiva". Consultado el 23 de junio de 2016, consultado en: http://www.oticon.es/hearing/what-is-hearing/what-is-hearing-loss/
• Organización Mundial de la Salud (OMS). "Sordera y pérdida de la audición", Nota descriptiva N° 300, marzo 2015. Consultado el 8 de junio de 2016 en: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs300/es/
• Instituto Nacional de la Sordera y otros Trastornos de la Comunicación (NIDCD por sus siglas en inglés) Consultado el 7 de junio de 2016 en: https://www.nidcd.nih.gov/es/espanol/perdida-de-audicion-inducida-por-el-ruido
• Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censo de Población y Vivienda 2010. Consultado el 9 de junio de 2016 en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/default.aspx
• Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Encuesta Nacional de Hogares (ENH) 2014. Consultado el 8 de junio de 2016 en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/regulares/enh/2014/default.aspx
• Dirección General de Normas. Catálogo de Normas Oficiales Mexicanas. Norma Oficial Mexicana sobre Condiciones de seguridad e higiene en los centros de trabajo donde se genere ruido (NOM-011-STPS-2001) Consultado el 7 de junio de 2016 en: http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do
• Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE). "Discapacidad auditiva. Guía didáctica para la inclusión en educación inicial y básica". Consultado el 7 de junio de 2016 en: http://www.conafe.gob.mx/educacioninicial/pdf/materiales-de-apoyo/discapacidad-auditiva.pdf


La información presentada es estrictamente para fines informativos y comparativos. Esta selección de precios, servicios y productos, se ha realizado de forma aleatoria. No tomes este artículo como una serie de recomendaciones de consumo, sólo como referencia. Para mayor información sobre precios y promociones, características, servicios adicionales, garantías, se recomienda acudir directamente con el proveedor del producto o servicio.

**Fuente**: Información recabada en los establecimientos de los proveedores el 16 y 17 de junio de 2016, por lo que a la fecha de publicación de este artículo pudo haber cambiado. Cabe señalar que, con base en el artículo 44 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, los resultados de las investigaciones, encuestas y monitoreos publicados por la Procuraduría Federal del Consumidor no podrán ser utilizados por las empresas o proveedores con fines publicitarios o comerciales.

## CONSIDERACIONES:

- Puede entregarse con un *kit* de limpieza, estuche, un deshumificador y un paquete de pilas para tres meses.
- El auxiliar se entrega entre una a dos semanas.
- La garantía del auxiliar puede ir de uno a dos años, la cual cubre mantenimientos y asesoría.
- Es necesario que acudas personalmente para ajustar y programar el auxiliar; así como para una orientación sobre su uso y cuidados.
- Debes regresar una o dos semanas después con el audiólogo para verificar que el auxiliar esté programado de acuerdo con tus necesidades.
- Los dispositivos funcionan con pilas, que duran entre 15 y 20 días.
- La vida de un auxiliar auditivo es de aproximadamente 5 a 7 años.
- La principal función de los deshumificadores es secar las partes internas del dispositivo auditivo, lo que prolonga su vida útil.

Los **artículos 77** al **84** de la **Ley Federal de Protección al Consumidor** (**LFPC**) establecen el cumplimiento de las garantías como exigibles. En caso de que el producto presente deficiencias puedes optar por pedir la restitución del bien, rescisión del contrato o reducción del precio, y en cualquier caso, una bonificación o compensación.

Para cualquier duda o aclaración guarda el **comprobante** de compra, recibo o factura. Recuerda que en caso de cualquier anomalía puedes acudir a la **delegación Profeco** más cercana a tu domicilio, entra a **www.telefonodelconsumidor.gob.mx** y/o llama al 5568 87 22 -01800 468 8722.

## ESTILOS DE AUXILIARES:

- **Peritimpánico (CIC)**: Queda completamente dentro del canal, lo cual lo hace casi imperceptible a la vista. Es conveniente realizar una prueba para ver si eres candidato a utilizar este tipo de audífono, pues dependerá del ancho del canal auditivo.
- **Concha completa intraural (ITE)**: Está hecha a la medida del conducto auditivo y cubre totalmente la concha. Todos los componentes se alojan en la carcasa, cuyo material es resistente e hipoalergénico. No tiene ningún cable o tubo exterior, y es muy ligera.
- **Curveta *open fit* (RIC)**: Es muy pequeña y casi no se nota. Envía el sonido a través de un tubo transparente acoplado a un molde abierto.
- **Intracanal (ITC)**: Su tamaño es de media concha. Es discreto y de fácil manipulación.
- **Curveta retroauricular (BTE)**: Se coloca detrás de la oreja, tiene un tubo muy delgado y casi imperceptible a la vista el cual lleva el sonido al oído.

## 5 HÁBITOS para una SALUD AUDITIVA de alta fidelidad

1. Reduce tu exposición a ruidos fuertes (tanto en el trabajo como en las actividades recreativas) y fomenta el uso de tapones para oídos, audífonos y auriculares que amortiguan el ruido ambiental.
2. No introduzcas ningún objeto en el oído con el afán de limpiarlo o rascarlo.
3. No apliques ninguna sustancia ajena al oído que no sea en presentación ótica (gotas) y bajo prescripción médica.
4. Aprovecha la tecnología de los teléfonos inteligentes o dispositivos de audio personal para medir los niveles de exposición al ruido.
5. Limita el tiempo de los aparatos de audio personales. Si bien es importante mantener el volumen bajo, la limitación del uso de aparatos personales a menos de una hora al día contribuirá enormemente a reducir la exposición al ruido.

# COMPUTADORAS

## PORTÁTILES, ULTRAPORTÁTILES Y "TODO EN UNO" PARA ESCRITORIO

SI HA LLEGADO EL MOMENTO DE ADQUIRIR UN NUEVO EQUIPO DE CÓMPUTO PARA TI O TODA TU FAMILIA, ESTE ESTUDIO TE BRINDARÁ LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA QUE TU COMPRA SEA LA MEJOR. **ANALIZAMOS LA CALIDAD Y CARACTERÍSTICAS** DE LOS MÁS RECIENTES MODELOS DE COMPUTADORAS PORTÁTILES BÁSICAS, DE RANGO MEDIO, DE ALTO DESEMPEÑO Y ULTRAPORTÁTILES, ASÍ COMO LAS DE ESCRITORIO TIPO “TODO EN UNO”, TAMBIÉN CONOCIDAS COMO "ALL IN ONE" O "AIO" EN INGLÉS. LAS MARCAS **GATEWAY, SAMSUNG, SONY** Y **TOSHIBA** YA NO FABRICAN LAPTOPS NI EQUIPOS DE ESCRITORIO DEBIDO A LA COMPETENCIA DE PRECIOS QUE EXISTE, A NIVEL MUNDIAL, EN EL MERCADO DE ALTA TECNOLOGÍA Y A LA PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES POR DISPOSITIVOS COMO TABLETAS ELECTRÓNICAS Y TELÉFONOS INTELIGENTES.

Las empresas **Acer, Apple** y **Asus** rechazaron la invitación del **Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor de Profeco** para ser parte de este estudio, por lo que, a excepción de un equipo Acer, adquirido con presupuesto propio, no encontrarás sus modelos en el análisis de este año.

# ESTUDIO DE CALIDAD:

## COMPUTADORAS **PORTÁTILES BÁSICAS** Y DE **RANGO MEDIO**

Marca/ Modelo/ Microprocesador/ Memoria RAM/ Disco duro/ Tamaño de la pantalla

**Lanix** / Neuron RII

E

Intel Core i3 4000M @ 2.4 GHz (2 núcleos) / 4 GB / 500 GB / 14"

**Dell** / Inspiron

MB

14 5448 Intel Core i5 5200U @ 2.2 GHz (2 núcleos) / 4 GB / 1 TB / 14"

**HP** / 15-ac114la

MB

Intel Core i5 5200U @ 2.2 GHz (2 núcleos) / 8 GB / 1 TB / 15.6"

**Lanix** / Neuron A

MB

Intel Celeron N3050 @ 1.6 GHz (2 núcleos) / 2 GB / 32 GB (SSD) / 14"

**Lenovo** / Ideapad 305-15IBD

MB

Intel Core i3 5005U @ 2.0 GHz (2 núcleos) / 4 GB / 1 TB / 15.6"

**Lenovo** / Ideapad 300-14ISK

MB

Intel Core i5 6200U @ 2.4 GHz (2 núcleos) /8 GB / 1 TB / 14"

**Lanix** / Neuron A

MB

Intel Celeron N2840 @ 2.17 GHz (2 núcleos) / 2 GB / 500 GB / 14"

**Acer** / Aspire E14 ES-473-C8A3

B

Intel Celeron 2957U @ 1.4 GHz (2 núcleos) / 4 GB / 1 TB / 14"

**Lanix** / Neuron A

B

Intel Pentium N3520 @ 2.17 GHz (4 núcleos) / 2 GB / 500 GB / 14"

**Lanix** / Neuron A

B

Intel Pentium N3520 @ 2.17 GHz (4 núcleos) /2 GB / 500 GB / 14"

**Lenovo** / Ideapad 100-14IBY

B

Intel Celeron N2840 @ 2.17 GHz (2 núcleos) / 4 GB / 500 GB / 14"

**DESEMPEÑO GENERAL**

- E Excelente
- MB Muy bueno
- B Bueno
- R Regular

## COMPUTADORAS DE **ALTO DESEMPEÑO**

Marca/ Modelo/ Microprocesador/ Memoria RAM/
Disco duro/ Tamaño de la pantalla

**HP** / ENVY 15-ae106la

E

Intel Core i7 6500-U @ 2.6 GHz
(2 núcleos) / 16 GB / 2 TB / 15.6"

**Lenovo** / Ideapad 500-14ISK

E

Intel Core i7 6500U @ 2.6 GHz
(2 núcleos) / 16 GB / 1 TB / 14"

## COMPUTADORAS **ULTRAPORTÁTILES**

Marca/ Modelo/ Microprocesador/ Memoria RAM/
Disco duro/ Tamaño de la pantalla

**Lenovo** / Yoga 900-13ISK

E

Intel Core i7 6500U @ 2.6 GHz
(2 núcleos) /8 GB /
250 GB (SSD) / 13.3"

**Dell** / XPS 13

E

Intel Core i5 5200U @ 2.2 GHz
(2 núcleos) / 4 GB /
250 GB (SSD) / 13.3"

## COMPUTADORAS **TIPO "TODO EN UNO"**

Marca/ Modelo/ Microprocesador/ Memoria RAM/
Disco duro/ Tamaño de la pantalla

**Lenovo** / 300-22ACL

MB

AMD A6-7310 APU con Radeon R4 @
2 GHz (4 núcleos) /4 GB / 1 TB / 21.5"

**HP** / 19-2005la

B

AMD E1-2500 APU con Radeon
@ 1.4 GHz (2 núcleos) /
8 GB / 1 TB / 19.5"

**Lenovo** / 700-24ISH

E

Intel Core i5 6400 @ 2.72 GHz
(4 núcleos) / 8 GB / 2 TB / 23.8"

**HP** / Pavilion

MB

22-a153la AMD A6-7310 APU con
Radeon R4 @ 2 GHz (4 núcleos) /
6 GB / 1 TB / 21.5"

**Lenovo** / C20-00

B

Intel Celeron N6050 @ 1.6 GHz
(2 núcleos) /4 GB / 1 TB / 19.5"

Las computadoras portátiles conforman uno de los segmentos más importantes del mercado internacional. Actualmente sus ventas son mayores que los equipos de escritorio y la explicación salta a la vista: portabilidad, conectividad inalámbrica y amplia gama de opciones de configuración (tamaños de pantalla, microprocesadores, tamaños de disco duro y memoria, entre otros), por lo que puedes encontrar la mejor opción acorde a tus necesidades de cómputo y presupuesto.

## EL ESTUDIO

Se analizaron computadoras portátiles (laptop o notebook) con niveles básico, medio y alto desempeño, así como ultraportátiles, todas con el sistema operativo Microsoft Windows en sus versiones 8.1 y 10. Once modelos básicos y de rango medio, dos modelos de alto desempeño y dos ultraportátiles, correspondientes a cinco marcas, fueron revisados.

### LAS PRUEBAS

Aplicamos ocho pruebas a cada uno de los modelos analizados; cuatro de ellas para saber su utilidad en diferentes tareas o actividades. Dos pruebas más señalan la autonomía de la batería y el nivel de calentamiento en su cuerpo. Finalmente evaluamos la información.

## NORMATIVIDAD Y MÉTODOS DE PRUEBA

- **NOM-024-SCFI-2013.** Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
- **NOM-008-SCFI-2002.** Sistema General de Unidades de Medida.
- **NOM-019-SCFI-1998.** Seguridad de Equipo de Procesamiento de Datos.
- Para la medición del desempeño en funciones, como aplicaciones de productividad y multimedia, se empleó el **software para pruebas de rendimiento (Benchmarks) PCMark 7 y Cinebench R15.**
- **Procedimiento de prueba interno CI-DIFT-85.** "Método de prueba para determinar la capacidad de procesamiento (desempeño) de computadoras en distintas aplicaciones".
- **Procedimiento de prueba interno CI-DIFT-127.** "Método de prueba para determinar el desempeño, autonomía de la batería y calidad de audio en computadoras de mano (PDA)".
- **Procedimiento de prueba interno CI-DIFT-159.** "Procedimiento de prueba de temperatura, descrito en el inciso 15.1 de la Norma Oficial Mexicana NOM-019-SCFI-1998".

## FICHA TÉCNICA

PERIODO DEL ESTUDIO
18 de marzo al 15 de junio de 2016

PERIODO DE MUESTREO
21 de abril al 29 de mayo de 2016

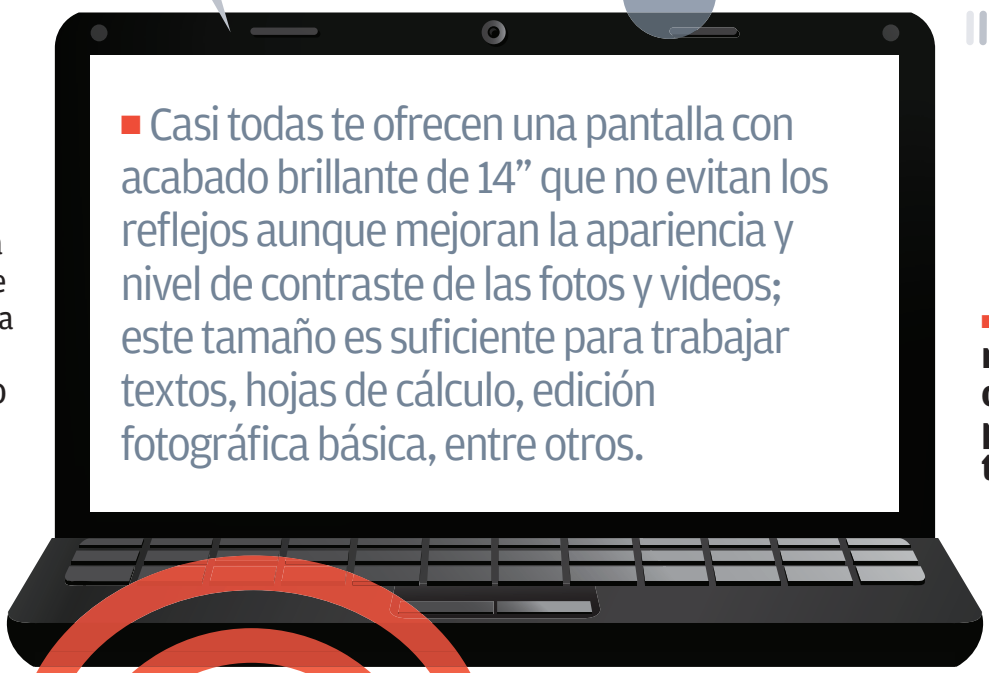
MARCAS **5** | MODELOS **15**
ANALIZADOS

PRUEBAS **120** | ENSAYOS **1,770**
REALIZADOS

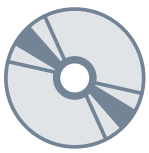
## PARA LAS LAPTOPS BÁSICAS Y DE RANGO MEDIO ENCONTRAMOS QUE...

■ La movilidad de los modelos de 14" es aceptable. Sin embargo, modelos más grandes, por su peso y grosor, son incómodos para transportar.

■ Todas te permitirán conectarte inalámbricamente a internet.



■ Casi todas te ofrecen una pantalla con acabado brillante de 14" que no evitan los reflejos aunque mejoran la apariencia y nivel de contraste de las fotos y videos; este tamaño es suficiente para trabajar textos, hojas de cálculo, edición fotográfica básica, entre otros.



■ La mayoría ya no incluye unidad óptica para leer y grabar en CD y DVD.

■ **Ningún modelo te ofrece pantalla táctil.**

■ La mayoría de los modelos incluyen salida de audio y video en alta definición (HDMI), en lugar de la tradicional VGA.

## PARA LAS LAPTOPS DE ALTO DESEMPEÑO...

**HP** / ENVY 15-ae106la Intel Core i7 6500-U @ 2.6 GHz (2 núcleos) / 16 GB / 2 TB / 15.6"

**Lenovo** / Ideapad 500-14ISK Intel Core i7 6500U @ 2.6 GHz (2 núcleos) / 16 GB / 1 TB / 14"

■ Ambos modelos analizados te **ofrecen un desempeño muy alto;** la única diferencia, en este sentido, **es su capacidad para la operación de aplicaciones gráficas avanzadas, que es muy buena pero no excelente,** debido a que la velocidad de lectura/escritura de su disco duro es menor que la de los discos duros empleados en los **equipos de escritorio**.

■ Los dos equipos, por igual, tienen una pantalla con acabado mate, ideal para trabajar largas jornadas.

## Y PARA LAS ULTRAPORTÁTILES...

**Ambos equipos integran una pantalla táctil con acabado brillante.**

**Lenovo** / Yoga 900-13ISKIntel Core i7 6500U @ 2.6 GHz (2 núcleos) / 8 GB / 250 GB (SSD) / 13.3"

**Dell** / XPS 13 Intel Core i5 5200U @ 2.2 GHz (2 núcleos) / 4 GB / 250 GB (SSD) / 13.3"16 GB / 1 TB / 14"

Los dos modelos analizados incluyen disco de estado sólido (SSD), que es más rápido y confiable que los discos duros convencionales. Pero su capacidad de almacenamiento es menor.

Su precio es alto y se debe a que la electrónica que incluyen es pequeña, sin sacrificar el poder de cómputo si las comparas con equipos laptop de características similares.

Su diseño es muy delgado y ligero; te prometen un poder de cómputo promedio alto, similar al de los modelos de **alto desempeño.** **No incluyen** unidad óptica lectora / grabadora de **CD** y **DVD.**

Aunque se comercializan menos modelos que sus contrapartes portátiles, los equipos de escritorio no dejan de venderse: algunos los prefieren para trabajar en casa o en la oficina. Ofrecen más poder de cómputo con el precio de una portátil y el tamaño de su pantalla es mayor; adecuados para largas jornadas de trabajo.

En esta categoría hemos analizado los equipos denominados "todo en uno" (AIO), que combinan la relación costo–poder de cómputo y buen diseño pues ahorra espacio por no tener un CPU separado, y, de paso, se evitan los cables.

# EL ESTUDIO

Se analizaron cinco equipos AIO con sistema operativo Microsoft Windows en sus versiones 8.1 y 10.

**LAS PRUEBAS**

Fueron aplicadas seis pruebas, cuatro que proporcionaron un valor sobre qué tan útiles resultan para distintas tareas; y dos más, que evaluaron la información comercial, la garantía y los atributos principales.

## NORMATIVIDAD Y MÉTODOS DE PRUEBA

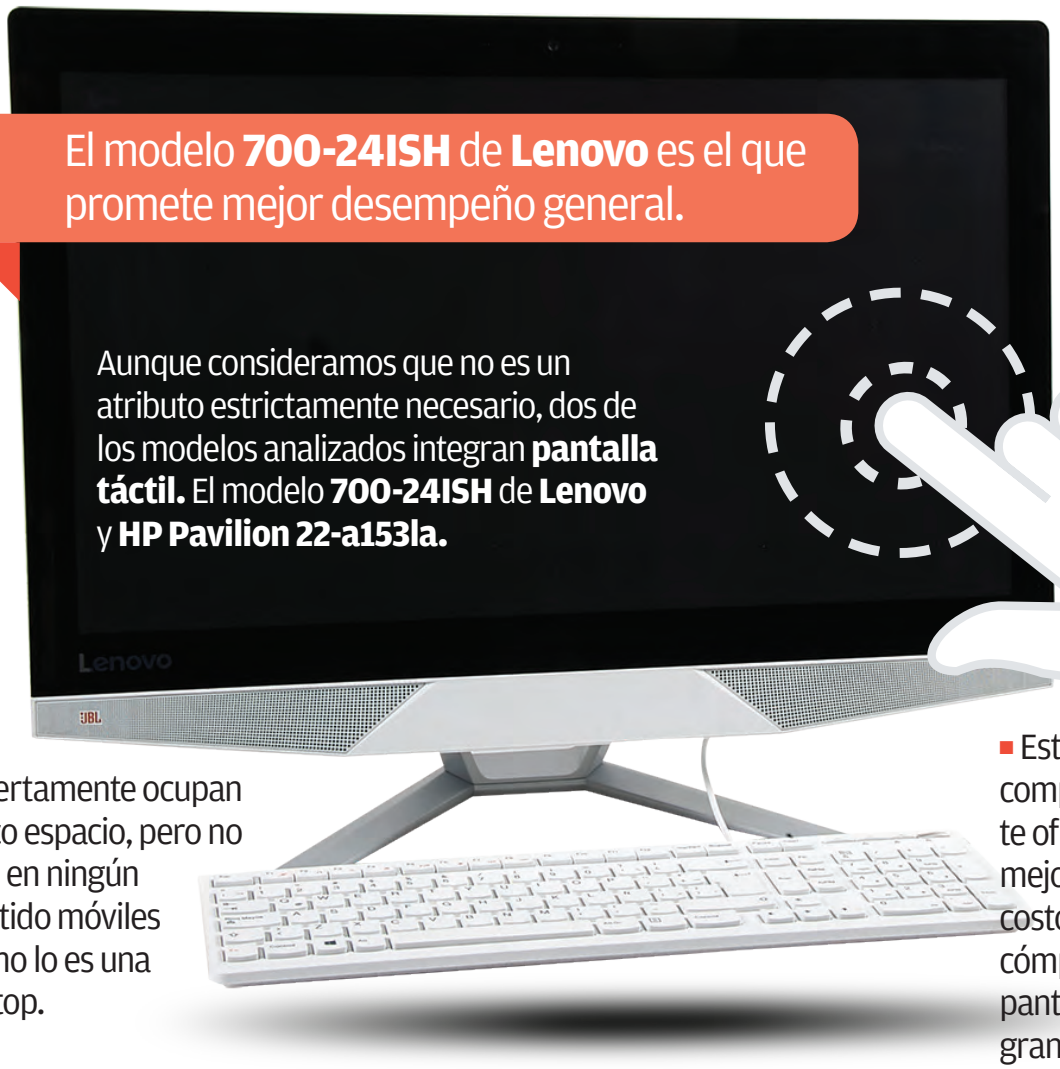
- **NOM-024-SCFI-2013.** Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
- **NOM-008-SCFI-2002.** Sistema General de Unidades de Medida.
- **NOM-019-SCFI-1998.** Seguridad de Equipo de Procesamiento de Datos.
- Para la medición del desempeño en funciones tales como aplicaciones de productividad y multimedia, se empleó el **software para pruebas de rendimiento (Benchmarks) siguiente: PCMark 7 y Cinebench R15.**
- **Procedimiento de prueba interno CI-DIFT-85.** "Método de prueba para determinar la capacidad de procesamiento (desempeño) de computadoras en distintas aplicaciones".

## FICHA TÉCNICA

| PERIODO DEL ESTUDIO | PERIODO DE MUESTREO | MARCAS | MODELOS | PRUEBAS | ENSAYOS |
|---|---|---|---|---|---|
| 18 de marzo al 15 de junio de 2016 | 1 de abril al 29 de mayo de 2016 | 2 | 5 | 30 | 310 |
| | | ANALIZADOS | | REALIZADOS | |

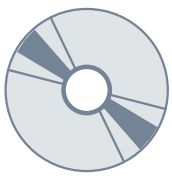
El modelo **700-24ISH** de **Lenovo** es el que promete mejor desempeño general.

Aunque consideramos que no es un atributo estrictamente necesario, dos de los modelos analizados integran **pantalla táctil.** El modelo **700-24ISH** de **Lenovo** y **HP Pavilion 22-a153la.**




- Ciertamente ocupan poco espacio, pero no son en ningún sentido móviles como lo es una laptop.

- Estas computadoras te ofrecen la mejor relación costo-poder de cómputo y una pantalla grande.



Los cinco modelos analizados **incluyen unidad óptica** para la lectura y escritura de **CD** y **DVD** y ranura lectora de **memorias tipo SD,** el mismo que emplean la mayoría de las cámaras fotográficas digitales y videocámaras.

**DESCARGA EL ANÁLISIS DETALLADO DE ESTOS Y MÁS PRODUCTOS EN EL SITIO DE LOS ESTUDIOS DE CALIDAD PROFECO EN INTERNET**

# Érase una vez, un mundo de golosinas sin azúcar

Nuestro foco de atención se dirige a los productos que prometen un sabor dulce pero con mínimas cantidades de calorías o sin ellas. ¿Será posible tanta felicidad?

En el reino de los antojos, los dulces tienen la corona bien puesta, pues es la tentación más práctica cuando nuestras ganas de "algo dulce" aparecen repentinamente. El principal ingrediente de estos manjares son los azúcares: tienen alto contenido de sacarosa (azúcar común), así como también glucosa, fructosa o maltosa y son manufacturados de diversas formas, texturas, colores y tamaños; **su revés es que cuando se consumen en exceso, pueden contribuir a la aparición de ciertas enfermedades como diabetes u obesidad, condiciones que van en aumento en nuestro país**. La reducción o eliminación de azúcar en las golosinas ha sido el objetivo a cubrir por parte de la industria confitera para satisfacer el antojo de quienes, por cualquier razón, no pueden o quieren consumir azúcar, sin comprometer su sabor dulce.

## ¿Sustituir azúcar por edulcorante?

Para lograr dicho efecto, el azúcar es sustituida por **edulcorantes que no proporcionan calorías** o por edulcorantes de bajo aporte calórico como los polialcoholes, también conocidos como polioles o azúcares de alcohol, que también tienen efecto texturizante confiriendo volumen o cuerpo a los alimentos, entre ellos se encuentran el manitol, lactitol, isomaltitol, xilitol, sorbitol y maltitol, que por sus características proporcionan menos calorías (ver tabla 1), ya que el cuerpo los absorbe lentamente debido a que la mayor parte de estos pasan a través del intestino delgado y son fermentados por las bacterias en el intestino grueso; pero cuando se consumen en cantidades excesivas, pueden causar diarrea si la parte no absorbida se encuentra en el intestino grueso donde se une con agua y están sujetos a la fermentación por las bacterias del colon. Esto da como resultado un efecto laxante, gases y diarrea. Por eso, es necesaria la advertencia en la etiqueta sobre las posibles consecuencias de un elevado consumo, por lo que los productos que contienen polioles, deben ostentar la siguiente leyenda: "El consumo excesivo de este edulcorante puede causar efectos laxantes".

**La NOM-086-SSA1-1994. Bienes y servicios. Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales, obliga a que los productos que utilicen cualquiera de los edulcorantes no calóricos o de bajo aporte calórico declaren en su etiqueta el contenido adicionado, expresado en miligramos o gramos por 100 gramos de producto.**

**Tabla 1.**
**El azúcar es sustituida por**

**Edulcorantes no calóricos**

| Edulcorantes | Valor calórico kcal/g |
|---|---|
| Sacarina | 0 |
| Aspartame | 0 |
| Acesulfame K | 0 |
| Sucralosa | 0 |
| Estevia | 0 |

**Polialcoholes**

| Polialcoholes | Valor calórico kcal/g |
|---|---|
| Manitol | 1.6 |
| Sorbitol | 2.6 |
| Xilitol | 3 |
| Maltitol | 3 |
| Lactitol | 2 |
| Isomaltitol | 2 |

Factores de conversión establecidos por *Health Canada*

# El estudio

Con la finalidad de informar al consumidor sobre la veracidad de los productos que se ostentan sin azúcar y, en su caso, la población consumidora pueda prevenir excesos perjudiciales para su salud, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor se dio a la tarea de analizar golosinas sin azúcar. En el presente estudio se analizaron dos marcas de gomitas, ocho marcas de caramelos macizos y 15 marcas de chocolates, todos productos de venta en la Ciudad de México.

## En los productos se determinó:

**El contenido neto donde se verifica que cumple con lo declarado en etiqueta.**

**Se revisó la información que contiene la etiqueta de los productos; se comprobó que cumpliera con los requisitos de norma, que fuera veraz y no confundiera al consumidor sobre su composición.**

**La cantidad de azúcares y tipo de azúcares donde se confirme que corresponde a lo declarado en la etiqueta.**

**La cantidad de proteína y la veracidad de su declaratoria en los chocolates y gomitas.**

**La cantidad de grasa en chocolates y su cumplimiento con lo declarado.**

**El contenido de carbohidratos y el contenido energético, considerando los datos establecidos en el punto 5.1. Cálculo de nutrimentos de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información comercial y sanitaria.**

# Estudio de calidad de **golosinas sin azúcar**

## Chocolates sin azúcar

**TURIN**
**Chocolate amargo sin azúcar**
México / 10 barras de 18 g c/u

**CHOCOZERO PICARD CHOCOLATES**
**Chocolate amargo sin azúcar**
México / 52 g

**PREMIUM choc&latte**
**Chocolate con leche sin azúcar**
No indica / 100 g

**PREMIUM choc&latte**
**Chocolate semiamargo sin azúcar**
No indica / 100 g

**m d d**
**Chocolate semiamargo sin azúcar**
México / 70 g

**Chocolat Stella**
**Chocolate semiamargo sin azúcar**
Suiza / 100 g

**Chocolat Stella**
**Chocolate con leche sin azúcar**
Suiza / 100 g

## Caramelo macizo sin azúcar

**Dulce vida**
**Paleta de caramelo macizo sin azúcar sabor fresa**
México / 90 g

**Jimypunch POPUS!**
**Paleta de caramelo sabor piña fresa sin azúcar** México / 100 g

**Werther´s Original**
**Caramelo macizo sin azúcar** EU / 60 g

**Tasty Dbs**
**Caramelos macizos sabor a frutas sin azúcar** México / 86 g

## Gomitas sin azúcar

**Zuitlusions**
**Gomitas sin azúcar**
México / 115 g

**Jimypuch PKS**
**Gomas de grenetina sin azúcar**
México / 75 g

**d´meals**
**Chocolate semiamargo sin azúcar**
México / 100 g

**HOLEX**
**Chocolate con leche sin azúcar**
Alemania / 100 g

**ki´XOCOLATL**
**Chocolate semiamargo sin azúcar**
México / 80 g

**VALOR CHOCOLATES**
**Chocolate amargo sin azúcar**
España / 100 g

**VALOR CHOCOLATES**
**Chocolate con leche sin azúcar**
España / 100 g

**Basel CHOCOLAT**
**Chocolate amargo 72% cacao sin azúcar**
México / 100 g

**Symmetry chocolat**
**Chocolate amargo sin azúcar**
México / 100 g

**New Art xocolatl**
**Chocolate sin azúcar obscuro maltitol**
México / 80 g

**Russell Stover**
**Dulce de sabor a frutas sin azúcar**
EU / 96 g

**BRACHS**
**Caramelos sabor menta sin azúcar**
EU / 99 g

**JOLLY RANCHER**
**Caramelos macizos sin azúcar**
Canadá / 102 g

**Santiveri**
**Caramelos sabor menta y eucalipto sin azúcar**
No indica / 50 g

## Normatividad:

Las normas que como referencia se emplearán en el estudio son las siguientes:

- **NOM-002-SCFI-2011**. Productos preenvasados. Contenido Neto. Tolerancias y Métodos de Verificación.
- **NOM-051-SCFI/SSA1-2010.** Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información comercial y sanitaria.
- **NOM-086-SSA1-1994.** Bienes y servicios. Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales.

## Ficha Técnica

**Periodo del estudio**
26 de abril al 15 de junio de 2016
**Periodo de muestreo**
26 a 28 de abril de 2016
**Marcas analizadas** 25
**Pruebas realizadas** 1,808

# Conclusiones

Lo más importante en este tipo de productos es la veracidad en la eliminación de azúcar. Encontramos que:

**◗ Aunque en la mayoría de los productos analizados encontramos cumplimiento respecto a lo declarado, detectamos algunos con falla. Nos referimos a los productos:**

◗ Chocolate sin azúcar obscuro de la marca **New Art xocolatl**, con contenido neto de 80 g, no es veraz en su etiqueta, ya que se dice sin azúcar y contiene 10.7 g de sacarosa (azúcar) por pieza de 80 g.

◗ El Chocolate semiamargo sin azúcar de la marca **ki´XOCOLATL**, con un contenido neto de 80 g, no demuestra ser orgánico.

**◗ La mayoría de los productos cumplieron con el contenido neto declarado, sólo el chocolate semiamargo sin azúcar, de la marca d´meals de 100 gramos, no cumplió, ya que presentó hasta 11.4% menos de lo declarado.**

**Descarga el análisis detallado de estos y más productos en el sitio de los Estudios de Calidad Profeco en internet.**
http://bit.ly/estudios2016

El chocolate con leche sin azúcar de la marca **HOLEX**, con contenido de 100 g, se ostenta como bajo en calorías, pero, para denominarse como tal, la NOM-086-SSA1-1994 establece que para que un producto sea "bajo en calorías": su contenido de calorías debe ser menor o igual a 40 calorías/50 g de producto" y el chocolate tiene 571 kcal por porción de 100 g. Cabe mencionar que este producto no tiene sacarosa, pero contiene 43 g de fructosa que es un tipo de azúcar cuyo consumo en personas con diabetes también debe ser vigilado por un médico.

**En cuanto a la información ostentada en su etiqueta, encontramos que varios productos no tienen toda la información como lo pide la normatividad. La mayor falla está en que no declaran la cantidad de polialcoholes.**

# Recomendaciones

Cuando pensamos que el azúcar es únicamente sacarosa, se comete el error de olvidar a muchos otros como son: la fructosa, dextrosa, maltosa, lactosa, jarabe de maíz y demás, que pueden encontrarse en las golosinas. De ahí la importancia de revisar bien la etiqueta.

Las personas con diabetes deben consultar a su médico si pueden consumir tanto fructosa y polialcoholes y en qué cantidades, ya que las dietas son personalizadas.

Recuerda que todo con medida es mejor, y más las golosinas, ya que deberían ser sólo para saciar un antojo.

www.profeco.gob.mx

Si requieres más información sobre este estudio, llama al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor al 5544 2060. También puedes consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

# Directorio de delegaciones

**OFICINAS CENTRALES**
Av. José Vasconcelos 208,
colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc,
Ciudad de México

**DELEGACIÓN AGUASCALIENTES**
Juan de Montoro #103, col. Centro, cp.
20000, Aguascalientes, Aguascalientes
Tel. (01 449) 915 9460, 915 1082

**DELEGACIÓN BAJA CALIFORNIA**
Guadalupe Victoria #9440, edificio Daroca
a espaldas de Plaza Fiesta, col. Zona del
Río, cp. 22320, Tijuana, Baja California
Tel (01 664) 684 8795, 684 8704

**SUB DELEGACIÓN MEXICALI**
Av. Pioneros #1005 Palacio Federal col.
Centro Cívico, cp. 21000
Mexicali, Baja California
Tel. (01 686) 557 30 84, 557 30 85, 556 06 07

**DELEGACIÓN BAJA CALIFORNIA SUR**
Jalisco s/n esq. Francisco I. Madero,
col. Pueblo Nuevo, cp. 23060,
La Paz, Baja California Sur
Tel. (01 612) 125 3887, 122 8077

**DELEGACIÓN CAMPECHE**
Av. 16 de Septiembre s/n,
Palacio Federal, primer piso, col. Centro,
cp. 24000, Campeche, Campeche
Tel. (01 981) 811 0672, 816 6002

**DELEGACIÓN CHIAPAS**
Blvd. Serra Rojas #1090, edificio anexo,
Nivel Sección A, col. Paso Limón, cp.
29045, Tuxtla Gutierrez, Chiapas
Tel. (01 961) 602 5943 602 5939

**SUBDELEGACIÓN TAPACHULA**
8va. Av. Sur # 46 entre 2ª y 4ª poniente,
col. Centro, cp. 30700, Tapachula de
Córdova y Ordoñez, Chiapas
Tel. (01 962) 626 7501

**DELEGACIÓN CHIHUAHUA**
Ramírez #2007, esq. Calle 22 col. Pacífico,
cp.31030, Chihuahua, Chihuahua
Tel (01 614) 437 0771

**SUBDELEGACIÓN CHIHUAHUA**
Benjamín Franklin #3220, Centro
Comercial Plaza de las Américas Loc-7 A
col. Margaritas, cp. 32315
Cd Juárez, Chihuahua
Tel. (01 656) 613 9840, 613 5093

**DELEGACIÓN COAHUILA**
Blvd. Venustiano Carranza #2879, col.
La Salle, cp. 25240, Saltillo, Coahuila de
Zaragoza. Tel. (01 844) 415 9556, 416 7544

**SUBDELEGACIÓN TORREÓN**
Av. Matamoros #1285, poniente entre
Valdez Carrillo y Cepeda col. Centro, cp.
27000 Torreón, Coahuila de Zaragoza
Tel. (01 871) 712 7473 y 712 6406

**DELEGACIÓN COLIMA**
Manuel Álvarez #44 col. Centro,
cp. 28000, Colima, Col.
Tel. (01 312) 314 5952, 312 7991

**SUBDELEGACIÓN MANZANILLO**
Balbino Dávalos #54 esq. Carrillo Puerto
col. Centro, cp. 28200 Manzanillo, Col.
Tel. (01 314) 332 9180, 332 9107

**CIUDAD DE MÉXICO**
**Delegación Centro (Azcapotzalco, Benito Juárez, Cuauhtémoc, Gustavo a Madero)**
Dr. Carmona y Valle #11- 4º y 5º piso, col.
Doctores, cp. 06720, CDMX
Tel. (01  55) 5578 1771, 5578 0636

**Delegación Oriente (Iztacalco, Iztapalapa y Venustiano Carranza)** Azafrán # 18 - 1er.
piso, col. Granjas México del. Iztacalco,
cp. 08400, CDMX. Tel. (01 55) 5686 1900,
2636 0302

**Delegación Poniente (Álvaro Obregón, Cuajimalpa, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo)** Toltecas #23 esq. Calle 10, col.
San Pedro de los Pinos, cp. 01180, CDMX
Tel. (01 55) 5273 9745

**Delegación Sur (Coyoacán, Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Xochimilco)** Periférico
#5323, col. Isidro Favela, del. Tlalpan, cp.
14030, CDMX. Tel. (01 55) 5528 8435,
5528 7829

**DELEGACIÓN DURANGO**
Zaragoza #110 Sur, col. Zona Centro, cp.
34000, Victoria de Durango, Durango. Tel.
(01 618) 825 3325, 825 3327

**ESTADO DE MÉXICO**
**Delegación Naucalpan:** Av. 3 #47, entre
Av. de las Torres y Blvd. Toluca, col.
Fraccionamiento Industrial, Naucalpan, cp.
53370, Naucalpan de Juárez, Estado de
México. Tel. (01 55) 5576 6375

**Delegación Nezahualcóyotl:** Cucaracha #293, esq. Gustavo Baz, col. Benito Juárez, cp. 57000, Cd. Nezahualcóyotl, Estado de México. Tel. (01 55) 5743 7866

**Delegación Tlalnepantla:** Mario Colín #56, col. Centro, cp. 54000, Tlalnepantla de Baz, Estado de México
Tel. (01 55) 5390 7539, 5390 8309

**Delegación Toluca:** Santos Degollado #103 col. Centro, cp. 50000 ,Toluca de Lerdo, Estado de México. Tel. (01 722) 215 9148

**SUBDELEGACIÓN ECATEPEC**
Av. Hank González #50, MZA. 44 Pasillo 29, col. Valle de Anáhuac, cp. 55210, Ecatepec de Morelos, Estado de México
Tel. (01 55) 2973 0496, 5774 5006

**DELEGACIÓN GUANAJUATO**
5 de Mayo #341, col. Obregón, cp. 37320, León de los Aldama, Guanajuato. Tel. (01 447) 716 6465, 716 5568

**SUBDELEGACIÓN IRAPUATO**
Francisco Hernández #678 esq. Victorino de la Fuente, col. Moderna, cp. 36690, Irapuato, Guanajuato. Tel. (01 462) 635 2414

**DELEGACIÓN GUERRERO**
Av. Costera Miguel Alemán #304, col. Centro, cp. 39300, Acapulco de Juárez, Guerrero. Tel. (01 744) 483 1558, 483 5885

**SUBDELEGACIÓN IGUALA**
Av. Vicente Guerrero #112, col. Centro, cp. 40000, Iguala de la Independencia, Guerrero. Tel. (01 733) 332 7450, 332 6411

**DELEGACIÓN HIDALGO**
Av. Cuauhtémoc #700 esq. Pasaje a la Iglesia La Villita, col. Revolución, cp. 42060 ,Pachuca de Soto, Hidalgo
Tel. (01 771) 719 4801, 719 4800

**DELEGACIÓN JALISCO**
Morelos #1830, col. Americana, cp. 44150, Guadalajara, Jalisco. Tel. (01 33) 3616 7667, 3616 1239

**DELEGACIÓN MICHOACÁN**
Blvd. García de León #1908, col. 5 de Diciembre, cp. 58280,
Morelia, Michoacán de Ocampo
Tel. (01 443) 315 6150, 315 6202

**DELEGACIÓN MORELOS**
Av. Morelos #277, col. Centro, cp. 62000, Cuernavaca, Morelos. Tel. (01 777) 314 5670, 314 5877

**DELEGACIÓN NAYARIT**
Av. México Sur # 142, col. Centro, cp. 63000, Tepic, Nayarit. Tel. (01 311) 214 8458, 212 3457

**DELEGACIÓN NUEVO LEÓN**
Av. Profesor Moisés Sáenz #602, col. Mitras Centro, cp. 64460, Monterrey, Nuevo León. Tel. (01 81) 1878 4958

**DELEGACIÓN OAXACA**
Heroico Colegio Militar #1109, P.A., col. Reforma, cp. 68050, Oaxaca, Oaxaca. Tel. (01 951) 513 1399, 515 1478

**DELEGACIÓN PUEBLA**
19 Sur # 506 Desp. 103, col. La Paz, cp. 72160, Puebla de Zaragoza, Puebla. Tel. (01 222) 232 2161, 246 5885

**DELEGACIÓN QUERÉTARO**
Circuito Moisés Solana #82 col. Prados del Mirador, cp. 76070, Santiago de Querétaro, Querétaro. Tel. (01 442) 223 6263

**DELEGACIÓN QUINTANA ROO**
Av. Coba #9 y 11 supermanzana 22, col. Centro, cp. 77500, Cancún, Quintana Roo
Tel. (01 998) 884 2701, 887 3960

**SUBDELEGACIÓN PLAYA DEL CARMEN**
Av. Juárez X 45 Sur local 8, Int. Plaza Papagayos, col. Centro, cp. 77710, Playa del Carmen, Quintana Roo
Tel. (01 984) 803 1261

**DELEGACIÓN SAN LUIS POTOSÍ**
Librado Rivera #215 y 225, col. Del Valle, cp. 78200, San Luis Potosí, SLP. Tel. (01 444) 841 2503

**DELEGACIÓN SINALOA**
Blvd. Rotarismo #1851- 1 y 2, esq. Enrique Félix Castro, col. Desarrollo Urbano 3 Ríos, cp. 80020, Culiacán, Sinaloa
Tel. (01 667) 716 0906, 713 0761

**DELEGACIÓN SONORA**
Oaxaca #150 poniente esq. Escobedo Edificio San Enrique,
col. Centro, cp. 83000, Hermosillo, Sonora
Tel. (01 662) 213 8615, 213 8319

**SUBDELEGACIÓN CD. OBREGÓN**
Chihuahua # 169 Sur entre Guerrero e Hidalgo, col. Centro, cp. 85000,
Ciudad Obregón, Sonora
Tel. (01 644) 415 2588, 415 2380

**DELEGACIÓN TABASCO**
Carmen Cadena Buendía #133,
col. Nueva Villahermosa, cp. 86070,
Villahermosa, Tabasco
Tel. (01 993) 1312 9390

**DELEGACIÓN TAMAULIPAS**
Juan B. Tijerina #925 y Nicolás Bravo,
col. Centro, cp. 87000, Ciudad Victoria,
Tamaulipas. Tel. (01 834) 316 1357

**SUBDELEGACIÓN REYNOSA**
Blvd. Morelos #475 Altos esq. República de Argentina,
col. Anzalduas, cp. 88630,
Reynosa, Tamaulipas
Tel. (01 899) 922 7714, 922 5460

**SUBDELEGACIÓN TAMPICO**
Av. Hidalgo #5004 - 1er. piso, local 1,
col. Sierra Morena, cp. 89210,
Tampico, Tamaulipas
Tel. (01 833) 217 8173, 213 2432

**DELEGACIÓN TLAXCALA**
Calle 33 #203, col. Loma Xicoténcatl,
cp. 90070, Tlaxcala. Tlaxcala
Tel. (01 246) 462 7835, 462 2022

**DELEGACIÓN VERACRUZ**
Av. Salvador Díaz Mirón #2880 esq. Salubridad, col. Fraccionamiento Moderno,
cp. 91918, Veracruz, Veracruz
Tel. (01 229) 100 3891, 100 3894

**SUBDELEGACIÓN XALAPA**
Cánovas #2 col. Centro, cp. 91000,
Xalapa Enríquez, Veracruz
Tel. (01 228) 812 4382, 817 3030

**DELEGACIÓN YUCATÁN**
Calle 49 #479-A entre calles 54 y 56,
col. Centro, cp. 97000,
Mérida, Yucatán
Tel. (01 999) 252 9408, 928 5966

**DELEGACIÓN ZACATECAS**
Telégrafos #14 col. Lomas del Consuelo,
cp. 98614,
Guadalupe Zacatecas, Zacatecas.
Tel. (01 492) 924 0230, 922 2476

**Centro de Documentación Profeco (Cedoc)**
Av. José Vasconcelos 208, colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México.
Consulta o compra la **Revista del Consumidor**, adquiere los libros publicados por **Profeco** y accede a una biblioteca especializada en consumo.
Lunes a viernes de 9 a 18 horas.

# MACETA CON MADERA Y LONA RECICLADAS

La creatividad es la mejor aliada para redecorar una habitación o un balcón. Aquí te presentamos una manera muy creativa de hacer macetas.

**Materiales**
- 4 piezas de madera (dos del mismo tamaño para el ancho, y otras dos para el largo)
- 1 trozo de lona (el tamaño dependerá de qué tan grande sea la jardinera)
- 12 pijas

**Materiales**
- Tijeras
- Engrapadora para madera
- Taladro
- Plumón
- 2 prensas sargento (opcional)

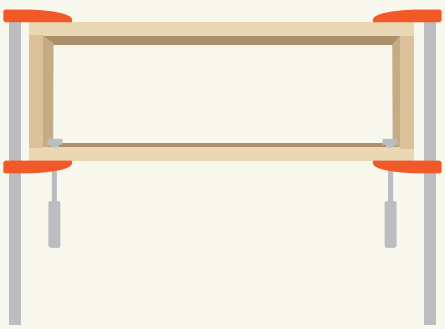
Revisa el procedimiento de esta TDP en **http://bit.ly/2agZYmo**

Esta tecnología es cortesía de

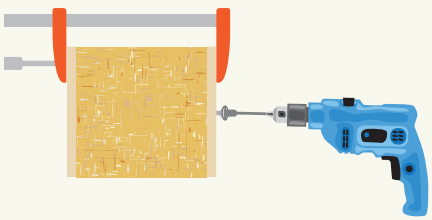
haCedores.com

## PROCEDIMIENTO

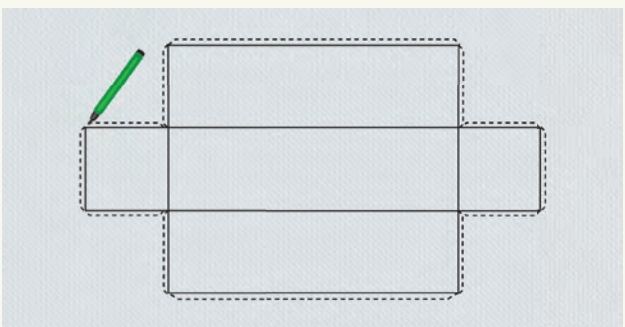
**1** Acomoda los laterales de la maceta y sostenlos con cualquier objeto que tengas a la mano (si tienes sargentos úsalos).



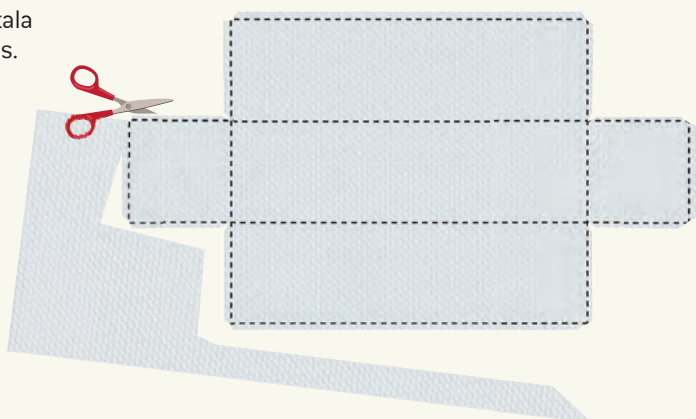
Con el taladro y las pijas une las tablas de madera.



**2** Una vez que la base esté unida, dibuja el trazo de la maceta sobre la lona, y con el plumón marca todas las caras y unos pequeños sobrantes. Te quedará el trazo como en la imagen.

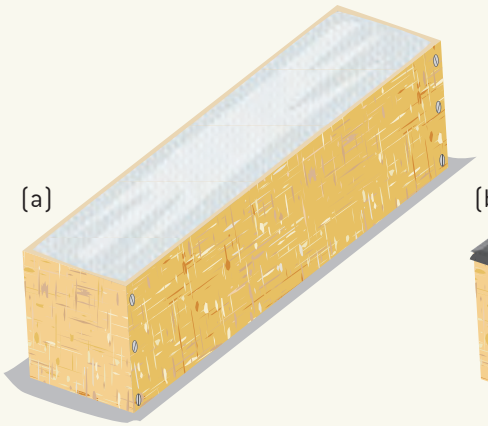


**3** Ahora recórtala por las orillas.

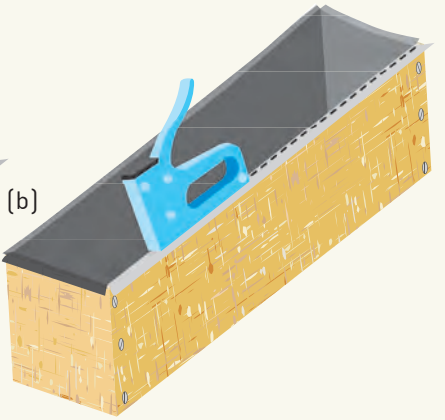


**4** (a) Acomoda la lona por dentro de la base y (b) engrápala sobre las orillas de la madera. (c) Recorta el sobrante.

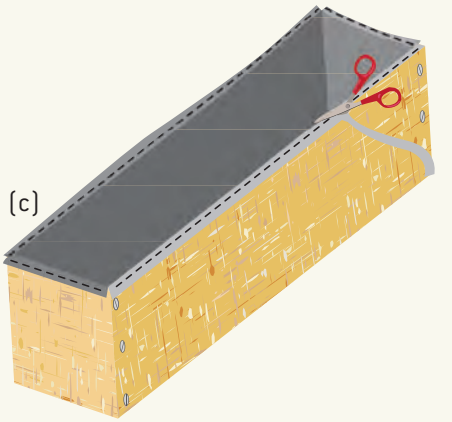
(a)



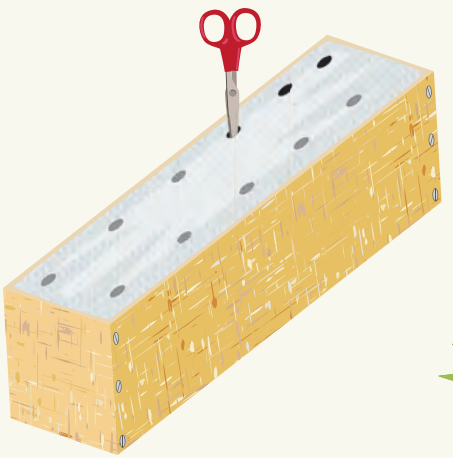
(b)



(c)



**5** Para hacer las salidas de agua de la maceta, marca con el plumón varios puntos en la parte inferior de la lona, después perfora sobre ellos con unas tijeras.



**RECOMENDACIONES**

Recuerda que es importante darle los cuidados necesarios a tus plantas.
Para remover fácilmente la bolsa en la que ha sido sembrada y en la que viene la planta, riégala con suficiente agua antes de trasplantarla a la maceta.
Si al meter la planta dentro de la maceta ésta se atora y no logra pasar, no la jales del tallo, ya que podrías lastimarla.
Lo mejor es inclinar la maceta y luego darle unos pequeños golpecitos a los lados para que la planta logre bajar y la tierra se acomode.

**6** Coloca la tierra y las plantas y tu maceta estará lista.

# Zinacantán, la tierra de los colores

## Bienvenidos a uno de los pueblos más hospitalarios y hermosos de Chiapas

Por Alberto Rojas Eguiluz

A 11 kilómetros al norte de San Cristóbal de las Casas está el pueblo de Zinacantán. Se trata de un poblado que apenas supera los 30 mil habitantes (la mayoría indígenas tzotziles) que ha conquistado a turistas nacionales y extranjeros gracias a los hermosos paisajes naturales del valle donde está ubicado y al colorido especial de la región.

La amplia gama de colores se debe a la vestimenta típica que usan sus habitantes. Se trata de ropa típica, con estampados de flores de colores vivos, que se ha popularizado en todo el mundo y que se convierte en un espectáculo único cuando muchas personas visten así en la misma región. Curiosamente, esa ropa que se pasea por las calles y que los turistas no dejan de fotografiar se ha convertido en un vehículo de desarrollo económico en una zona que era eminentemente agrícola. Las mujeres de Zinacantán siempre han producido su propia vestimenta, pero desde hace algunas décadas lo hacen a gran escala para vender a los viajeros; así también logran vender las prendas en otras poblaciones del mismo estado.

El modo en que las mujeres de Zinacantán pudieron desarrollar la industria de textiles que distingue hoy a esta zona de los Altos de Chiapas fue por medio de su propio trabajo y de programas de apoyos estatales, con los que compraron la materia prima que necesitaban para echar a andar el negocio que hoy les da beneficios. Para empezar, las mujeres tuvieron que agruparse para organizar el trabajo a mayor escala y obtener los apoyos necesarios, como en el caso de Artesanías Ramo Textil, una de las principales organizaciones de mujeres tejedoras de la región, que tiene ya más de 20 años en el mercado y que se ha adaptado a las nuevas tendencias del marketing para seguir vigentes (uso de redes sociales, entre otras).

Gracias a iniciativas como las de Artesanías Ramo Textil, ahora los visitantes no sólo pueden comprar los atuendos de las mujeres y hombres de Zinacantán, sino que pueden presenciar cómo se producen, pues la gran mayoría de sus integrantes utiliza su propia casa como taller y las abren al público –otro de los atractivos turísticos del pueblo–, donde se ofrece comida a los que llegan. La elaboración de textiles es un espectáculo en sí pues se producen en telar de cintura, una elaborada técnica antiquísima que ha pasado de generación en generación entre las mujeres de la localidad.

Zinacantán es una parada para cualquier viajero que recorra los Altos de Chiapas, un lugar donde los paisajes naturales, los colores de los textiles y la hospitalidad de la gente son los principales atractivos.

### Además

Tienes que visitar la iglesia de San Lorenzo y las capillas de Esquipulas y San Sebastián.

Entre las prendas más populares que se producen en los talleres de Zinacantán están las blusas, los vestidos, las sábanas, las faldas, los rebozos y los cinturones.

En el Museo de las Mujeres Tejedoras, se explican los símbolos más comunes de los bordados típicos.

# COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO

**$162.1** mmp

tamaño del comercio electrónico en 2014

**$24.5** mmp

tamaño del comercio electrónico en 2009

**3** de cada **4** mexicanos

compraron algo en internet durante 2015

**52%**

de los consumidores cree que es fácil comprar desde el teléfono inteligente

**$3,714** pesos se gastó el 17% de los mexicanos que compraron por internet durante 2015 en electrónicos (segundo rubro de gasto)

**$9,284**

pesos se gastaron en servicios o productos turísticos **3** de cada **10** mexicanos que compraron algo durante 2015 vía internet

**$5,575** pesos

es el gasto trimestral promedio en todos los dispositivos y categorías que no se relacionan a viajes durante 2015

**8** de cada **10** utilizaron su tarjeta de crédito o débito para comprar en internet durante 2015

**86%**

de los compradores en línea mexicanos está satisfecho con las tiendas por internet

**85%**

con las tiendas físicas

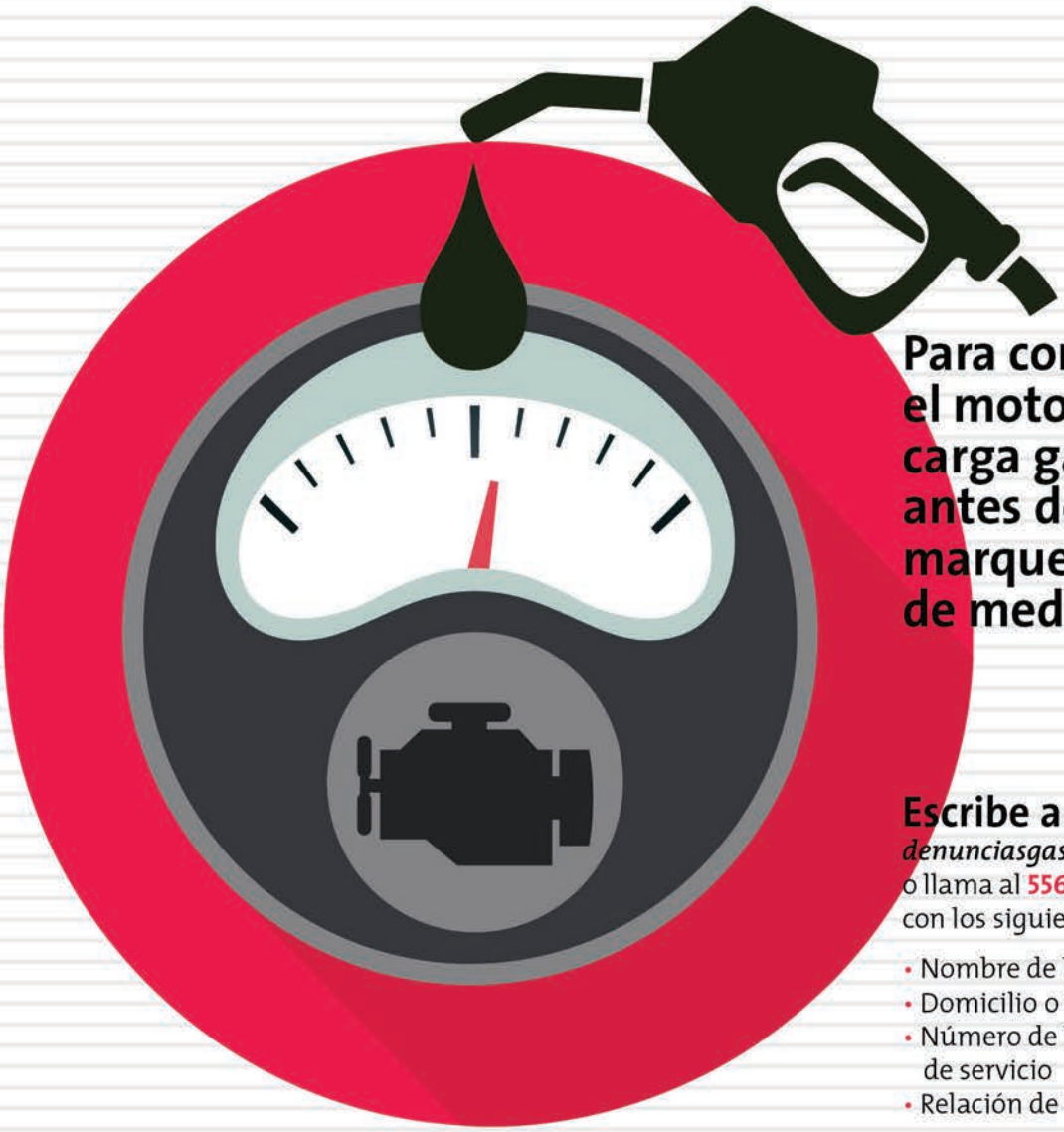
**6** de cada **10**

mexicanos que compraron en línea durante 2015 lo hicieron en una tienda de Estados Unidos

**Fuente:** Asociación Mexicana de Internet A.C. "Comercio electrónico en México 2015." 23 de junio de 2016, de AMIPCI Sitio web: https://amipci.org.mx/estudios/comercio_electronico/Estudio_de_Comercio_Electronico_AMIPCI_2015_version_publica.pdf

# AL CARGAR COMBUSTIBLE A TU VEHÍCULO

**¿Te despacharon mal?** ¿El precio fue incorrecto?
¿Las condiciones de seguridad no son las adecuadas? ¿Faltan los sellos de verificación en las bombas? **¿No te dieron nota de venta o factura?**



**Para conservar el motor de tu auto, carga gasolina antes de que marque menos de medio tanque**

**Escribe a:**
*denunciasgasolina@profeco.gob.mx*
ó llama al **5568 8722 - 01800 468 8722**
con los siguientes datos a la mano:

- Nombre de la empresa distribuidora
- Domicilio o localización completa
- Número de la bomba y de la estación de servicio
- Relación de los hechos que denuncias

## NO TE QUEDES CALLADO

**DENUNCIA A LOS MALOS PROVEEDORES DE GASOLINA ANTE PROFECO**

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

MOVER MÉXICO

# "Nuestra responsabilidad es decirte quién es quién"

bit.ly/ProfecoQQP

SE
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO
PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

# PLATILLO SABIO

PROFECO

Edición coleccionable

No.16

Este alimento es altamente nutritivo y se adapta a varias condiciones climáticas y de terreno

# AMARANTO

Originario de América, el amaranto (*Amaranthus caudatus*) es una planta cuyas hojas, tallos y flores son moradas, esta coloración se debe a la presencia de betalainas. Se adapta a distintos ambientes y se puede encontrar en **Argentina**, **Ecuador**, **Bolivia**, **Guatemala**, **México**, **Perú** y sur de **África**.

La planta puede consumirse en su totalidad: los tallos como verdura, las hojas en diferentes guisos o sopas y cremas. Con las semillas se hacen galletas, alegrías, churros hechos con harina de amaranto, entre otros.

Es considerado un pseudocereal porque sus características son similares a las de los granos de los verdaderos cereales, pero botánicamente no puede englobarse en ese grupo. Tiene una mayor concentración de proteína que otras semillas de cereales y es una gran fuente de carbohidratos.

## CONSERVACIÓN

Una vez abierto, debe conservarse en un recipiente de tapa hermética, de preferencia de vidrio; almacenarlo en un lugar oscuro, seco y fresco.

## VARIEDADES

***Amaranthus cruentus L.***: se cultiva actualmente en América Latina, sus semillas son blancas, color crema o dorado.

***Amaranthus hypochondiracus L.***: granos de color crema, blanco, dorado o negro.

***Amaranthus caudatus L.***: actualmente se cultiva en América del Sur, Centroamérica, India y algunos países de África. Sus semillas pueden ser de color blanco, amarillo o negro; se usan para obtener harina.

**Fuentes:**

- "El amaranto, una planta con beneficios dietéticos" en http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/aprender_a_comer_bien/alimentacion_alternativa/2008/11/03/115553.php, consultado el 18 de mayo de 2016.
- "El amaranto" en http://www.botanical-online.com/amaranto.htm, consultado el 19 de mayo de 2016.
- "Amaranto o Kiwicha: El alimento del futuro" en http://www.inkanatural.com/es/arti.asp?ref=amaranto, consultado el 20 de mayo de 2016.
- "Beneficios del consumo de amaranto" en http://www.gob.mx/sagarpa/videos/beneficios-del-consumo-de-amaranto, consultado el 19 de mayo de 2016.



SE SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

PROFECO PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR

# CURVINA EN MOLITO VERDE LIGERO

(6 raciones)

Aporte nutrimental por ración:

| Kcal. | Proteínas | Grasa | Colesterol | Fibra dietética |
|---|---|---|---|---|
| 455 | 32 g | 13 g | 52 mg | 7 g |

## INGREDIENTES

- 6 filetes de curvina (750 g) o el pescado de tu preferencia
- 40 g de pepita verde tostada
- 1 ½ kg de papas galeana cocidas en agua con sal y partidas al gusto
- 700 g de miltomate o tomatillo partido
- 2 chayotes (480 g) cortados en gajos y cocidos en agua con sal
- 2 chilacayotes (300 g) cortados en gajos
- 2 nopales (300 g) cortados en cuadritos
- 180 g de acelgas sin tallo (enrollar y cortar muy delgado) *chiffonade*
- 60 g de hojas de rábano
- 30 g de hojas de cilantro (reserva una tercera parte para adornar)
- 20 g de hierbabuena
- 20 g de epazote
- 20 g de pipicha
- Una pizca de comino en polvo
- Semilla de cilantro en polvo al gusto
- 3 cucharadas de aceite vegetal (30 ml)
- Bicarbonato (opcional)
- Sal y pimienta al gusto

## PREPARACIÓN

1. Añade sal a los chilacayotes y ásalos en un comal o sartén con un poco de aceite. Dora las papas de la misma forma.
2. Cuece los nopales *al dente* en agua con sal y una pizca de bicarbonato. Escúrrelos hasta que se enfríen.
3. Licúa el miltomate con las hojas de rábano, pipicha, hierbabuena, epazote, cilantro, la pepita verde, el comino, una pizca de semilla de cilantro y sal al gusto. Si es necesario, añade un chorrito de agua.
4. Calienta el aceite restante en una sartén y vierte la salsa, cuando suelte el hervor, baja el fuego y deja cocinar hasta que sazone.
5. Salpimenta el pescado e introdúcelo en el molito para que se cueza al punto.
6. Sirve el pescado caliente y acompaña con la guarnición de vegetales y papas decorando al gusto con las hojitas de cilantro.

@profeco • fb.com/ProfecoOficial

# CAZUELA DE VERDURAS Y ARROZ INTEGRAL CON AMARANTO

(6 raciones)

Aporte nutrimental por ración:

| Kcal. | Proteínas | Grasa | Colesterol | Fibra dietética |
|---|---|---|---|---|
| 574 | 23 g | 15 g | 0 mg | 8 g |

## INGREDIENTES

- 360 g de setas en bastones
- 360 g de champiñón laminado
- 1 calabacita italiana grande (240 g) en cubos
- 240 g de granos de elote cocidos
- 480 g de arroz integral, enjuagado hasta que el agua salga limpia
- 50 g de amaranto natural, reventado
- 300 g de queso panela en cubos
- 60 g de arándanos o pasitas
- 6 ramas de cilantro fresco (30 g) picadas
- 3 hojas santas picadas toscamente
- 3 cucharadas de epazote picado finamente (10 g)
- 3 chiles guajillo (9 g) cortados en juliana con tijeras
- 3 dientes de ajo (6 g) en láminas finas
- 1 ½ cucharada de aceite (15 ml)
- Sal y pimienta al gusto

## PREPARACIÓN

1. Pon al fuego 2 litros de agua con sal y cuando suelte el hervor vierte el arroz y añade los arándanos. Al momento de volver la ebullición, baja el fuego y tapa.
2. Cuece hasta que el arroz esté suave, pero no reventado, rectifica la sazón y si tiene agua, escúrrelo. Reserva.
3. En una cazuela calienta el aceite y saltea el ajo y el chile guajillo. Incorpora las calabacitas, los hongos, y cuece a fuego medio-alto para evitar que se deshidraten, hasta que la calabaza esté tierna.
4. Agrega la hoja santa, el epazote y por último el queso. Salpimenta al gusto.
5. Al momento de servir, incorpora el cilantro y el amaranto al arroz. Acompaña con las verduras calientes.

Fotografía: **Enrique Arechavala** Estilista de alimentos: **Brenda Garcia** Nutrióloga: **Alma Rosa Ochoa**

Tips del chef

# HUEVOS SIN COMPLICACIONES

Por: **Mary Carmen Hinojosa Quirós**, coordinadora de la Academia de Gastronomía ESDAI-UP

Con un poco de práctica y estos consejos lograrás cocinar huevos de diferentes estilos como un profesional.

### Huevos revueltos

Casca los huevos en un recipiente hondo y bátelos. Calienta una sartén con mantequilla o aceite, agrega los huevos batidos y a fuego bajo muévelos lentamente. Sazona y sirve.

### Huevos fritos o estrellados

Calienta una sartén con suficiente aceite para que el huevo no se pegue (aproximadamente una cucharada por pieza). Casca el huevo en un recipiente y viértelo en la sartén. Baja el fuego y baña con el mismo aceite durante la cocción. Una vez que la clara se torna blanca, retira y sirve.

## 3 min

### Huevos tibios o pasados por agua

Sumérgelos en agua hirviendo por tres minutos. Sácalos y ponlos a refrescar con agua fría.

## 3-4 min

### Huevos escalfados o pochés

En una olla con agua hirviendo añade un poco de vinagre (1 litro de agua por 100 ml. de vinagre). Casca el huevo y vacíalo. Deja entre tres y cuatro minutos hasta que la clara cocida envuelva la yema. Con una cuchara saca el huevo y sumérgelo en agua templada para detener la cocción y eliminar el sabor a vinagre. Sirve.

## 5-6 min

### Huevos mollets

Su cocción es similar a la del huevo duro, únicamente cambia el tiempo de cocción que va de cinco a seis minutos. Refresca el huevo con agua fría y retira la cáscara con cuidado porque aún está blando. Poco antes de servirlo sumérgelo en agua caliente con sal. La yema debe de quedar cremosa y la clara muy suave.

## 12-15 min



### Huevos duros

Coloca el huevo con cascarón en agua hirviendo durante 12 a 15 minutos. Después sumerge en agua fría para detener la cocción. Golpea ambas puntas para pelarlos con mayor facilidad.

**Si utilizas más de un huevo en la preparación, casca uno por uno en recipientes separados, así, en caso de que alguno no venga en buenas condiciones, evitarás contaminar la mezcla.**

visita: www.gob.mx/profeco